Jullien-Chatel, P
Un échec commercial de
la France au Canada

HD
9710
F82J8

P. Jullien-Chatel

UN ECHEC COMMERCIAL DE LA FRANCE AU CANADA

LIBRARY
APR 9 1957
UNIVERSITY OF TORONTO

PRIX : DEUX FRANCS.

PARIS
H. DUNOD & E. PINAT, ÉDITEURS
47 et 49, Quai des Grands-Augustins

DU MEME AUTEUR

En préparation

FRANCE ET CANADA

L'auteur discute longuement les questions suivantes : devons-nous encourager l'émigration française au Canada ou la combattre? — Que deviennent les capitaux français placés au Canada.?

P. Jullien-Chatel

UN ECHEC COMMERCIAL DE LA FRANCE AU CANADA

PRIX : DEUX FRANCS.

PARIS
H. DUNOD & E. PINAT, ÉDITEURS
47 et 49, Quai des Grands-Augustins

Montréal est un centre de tourisme intéressant. Les Montréalais sont d'intrépides courreurs de chemins. L'hiver même ne les arrête pas. En voici qui partent pour les Monts Adirondacks, par 20 degrés centigrades en dessous.

LIBRARY
JUN 14 1965
UNIVERSITY OF TORONTO
988017

"C'est ici un livre de bonne foi, lecteur."
(MONTAIGNE.)

A Monsieur Félix Garcin,

Mon cher Ami,

Vous dédier cet opuscule est pour moi un réel plaisir ; j'aurais voulu que ces lignes fussent plus dignes de vous et vous offrir *"La Terre qui vit"*, ce travail enfoui dans mes tiroirs depuis bientôt cinq ans, dont certains passages racontés à votre foyer, vous avaient vivement ému. Mais votre bonne amitié saura m'excuser et comprendre qu'un "business man" se doit à ses affaires avant tout.

D'ailleurs une étude sur une question commerciale ne saurait déplaire au Professeur d'Economie Politique. Pour être moins intéressante qu'une dissertation sur les théories de Bakounine ou sur les conséquences économiques du Blocus Continental, elle n'en aura peut-être pas moins quelque utilité.

Et puis vous vous rappellerez que, certaine nuit d'hiver, nous restâmes, au coin de votre feu, à parler du Canada avec tant d'intérêt que l'aube naissante nous surprit causant encore. Nous n'avions même pas fait attention aux graves appels de la vieille horloge de Saint-Jean : ce souvenir me fait espérer que statistiques et critiques ne vous fatigueront pas trop et que vous lirez en entier ce petit livre, triste histoire d'un sérieux insuccès commercial.

P. JULLIEN-CHATEL.

Montréal, juin 1914.

A 1000 mètres d'altitude. Dans les Monts Adirondacks. Remarquez les quatre chaînes aux roues de la lourde limousine, qui est une machine française.

To my English Speaking Friends,

On the announcement of the publication of this book on the very special question of the introduction of french Automobiles to Canada, an influential group of English speaking friends and acquaintances begged me to digress a little from the work under discussion and to study the matter from a European point of view in general. The same people also asked me to publish the work in English, in view of the steadily increasing importance which British commerce is acquiring in Canada.

I can only offer my heartiest thanks to these kind friends and also to those publications in the English language who have done me the honour of translating certain extracts of my articles, but I must not forget that if I am a naturalized Canadian of four years standing, I have never renounced my french nationality. In spite of my sojourn of more than ten years on British soil, my own country naturally takes the first place in my affections; moreover I am more familiar with the language of my childhood that with the english tongue.

Furthermore I am not so well qualified to talk about the relations between Great Britain and Canada, as I am about those between France and this country, and I will even go as far as to say that the methods to be employed are appreciably different.

Finally I would say that my chief object in writing this work is that it may prove of real benefit to my compatriots the French. It is only natural that I should publish it in my native tongue.

"Our Cousins across the line" will doubtless be a trifle astonished when I advise European manufacturers to wrest the sceptre from them in the Realm of Automobiles de luxe, but I trust I shall disarm their criticism by referring them to the praise which will be found in these pages as a tribute to their enterprise and their skill...

Les inconvénients des excursions en hiver; toujours dans les monts Adirondacks. La voiture enfonce dans la neige.

Importance du Marché Canadien

L'activité commerciale entre le Canada et la France n'est pas ce qu'elle devrait et pourrait être: notre pays, qui occupait, il y a un an encore, la troisième place, (après les Etats-Unis et la Grande-Bretagne) dans le commerce extérieur du Canada, est actuellement devancé par l'Allemagne. Durant les six premiers mois de l'année 1913-1914, dont le service des Douanes a récemment publié les résultats, le chiffre des échanges entre l'Allemagne et le Canada atteint en effet $10,168,774. Celui avec la France ne s'élève qu'à $9,079,993. La nécessité d'un effort soutenu, de la part des industriels et des négociants français, est donc plus grande que jamais. (1)

Le Comité France-Amérique — d'une manière un peu trop officielle peut-être, ce qui a effarouché industriels et commerçants, — la Chambre de Commerce française de Montréal par son Bulletin mensuel, le Commissariat général du Canada à Paris, et peut-être un peu nous-même par notre plume, ont pourtant fait de réels efforts, couronnés d'un succès seulement relatif, ce qui est regrettable: n'en déplaise à quelques esprits chagrins, le Canada est un pays d'avenir. L'année 1913 a pu lui amener certains mécomptes; l'année 1914 sera peut-être encore un peu dure, mais il ne faut pas oublier que la dépression financière a été mondiale.

Je ne me propose toutefois pas d'étudier le commerce général de la France au Canada. Mon étude se bornera à celui de l'automobile. Il y a huit ans à peine, le Canadien se mettait aux genoux de la France pour obtenir quelques voitures. Il les payait d'avance, allait à Paris le portefeuille bien garni, demandant comme une grâce d'être servi sans trop de retard.

Aujourd'hui — *quantum mutatus ab illo* — ce même homme met l'obstination la plus acharnée à refuser nos produits. Lui demandez-vous d'acheter une automobile française, le voilà hors de lui. Ce n'est pas avec indifférence qu'il vous répond: "NON". C'est avec la fureur de l'homme qui, ayant été trompé, s'indigne à l'idée qu'il peut l'être encore et ne veut pas courir ce risque.

---

(1)—Lire le très intéressant ouvrage de M. M Laglenne: La rivalité commerciale de la France et de l'Allemagne au Canada.

En 1912, sur la belle plage d'Old Orchard, où les citadins vont en été chercher un peu de fraîcheur, j'étais réellement étonné des imprécacations d'un Montréalais cultivé, pondéré, courtois, j'étais, dis-je, stupéfait de voir cet homme mettre une vraie passion à déprécier les automobiles françaises.... Chimène, qui l'eût dit?... Un Canadien-Français apporter un zèle d'apôtre à empêcher ses compatriotes de s'adresser aux Français, les maîtres en la matière, pour l'achat de ces voitures que rois et princes se disputent... Le Canada, mais ce n'est donc pas la Nouvelle-France? Avons-nous été trompés et devons-nous bouleverser toutes les idées que nous avons reçues avec le lait de nos mères ou des manuels d'histoire ad usum delphini?

On ne saurait trop l'affirmer: le produit français ne se vend pas de lui-même ici. Il est au contraire d'un placement fort difficile et quand ce produit est une automobile, la vente devient un véritable tour de force. Une manufacture française m'écrivait dernièrement pour m'offrir son agence; je lui répondis: Non, merci... Je sors d'en prendre. Je préfèrerais entreprendre de faire remonter le Titanic à la surface des flots. — Dans ce mot il y a autre chose qu'une boutade: la vente des automobiles françaises au Canada, avec profit, est une entreprise presque impossible. Expliquer pourquoi il en est ainsi, montrer logiquement, en étalant au grand jour certaines plaies, comment il était inévitable qu'un pays tout d'abord très bien disposé en notre faveur, se détachât de nous, persuader aux industriels français d'abandonner complètement le marché canadien ou de n'y venir que s'ils sont décidés à faire les efforts nécessaires pour y bien réussir, cela est une oeuvre de quelque intérêt

Mais d'abord le Canada est-il un pays intéressant pour les manufacturiers d'automobiles? Consultons les statistiques. Les gouvernements des différentes provinces canadiennes nous fournissent à ce sujet des renseignements précis:

NOMBRE DE VOITURES AUTOMOBILES

	1912	1913
Ontario	11,939	15,255
Québec	3,597	4,706
Nouveau-Brunswick	289	789
Manitoba	3,943	5,018
Colombie-Anglaise	4,666	7,044
Nouvelle-Ecosse	867	1,300
Saskatchewan	3,742	6,512
Alberta	2,835	3,640
Yukon	5	15
	31,893	44,277

Ainsi, à la fin de l'année 1913, il y avait près de cinquante mille voitures automobiles *en service* au Canada. Combien de françaises parmi celles-ci? Pas même trois cents. Et pour arriver à ce nombre, il nous faut convoquer le ban et l'arrière-ban de la vieille garde (Types 1904-1905).

Mais qui alors fournit toutes ces voitures? Nous verrons plus loin que le Canada construit déjà d'une façon intéressante. Nous verrons surtout que les Etats-Unis ont en lui un client fidèle et enfin que la Grande-Bretagne semble avoir compris la grave erreur, commise il y a quelques années, quand elle négligea un marché aussi important et laissa le champ libre à un concurrent actif et avisé: l'oncle Sam.

VOITURES IMPORTEES EN CINQ ANS AU CANADA:

		Etas-Unis	Grande-Bretagne	France
1909	Nombre	469	48	13
	Valeur en dollars	474,757	79,954	26,066
1910	Nombre	1,317	73	31
	Valeur en dollars	1,569,227	106,126	55,727
1911	Nombre	3,186	236	53
	Valeur en dollars	3,829,435	308,640	89,993
1912	Nombre	5,629	321	68
	Valeur en dollars	6,045,609	342,600	116,326
1913	Nombre	7,993	352	27
	Valeur en dollars	9,084,726	583,910	54,637

Si nous additionnons, nous arrivons aux chiffres suivants; en cinq ans, les Etats-Unis ont exporté au Canada:

18.594 automobiles d'une valeur de $"21.003.754, soit environ Fcs.: 109.219.520.

Pendant le même temps la Grande-Bretagne a exporté 1,030 voitures d'une valeur de $1.421.230, soit en francs: 7.390.396.

Quant à la France, toujours durant la même période, elle exportait au Canada:

192 voitures d'une valeur en dollars de 342.749, soit en francs: 1.782.-294.

Ce nombre insignifiant de voitures serait encore plus restreint, si une compagnie canadienne n'avait pas fait ses achats de taxicabs en France. Nous voyons donc que les Etats-Unis ont augmenté leurs exportations au Canada d'une façon très régulière. Au contraire la France est en recul. En 1913 elle expédie moins d'automobiles qu'elle n'en expédiait en 1910 (27 voitures au lieu de 31).

Quelques personnes m'ont fait observer que le premier semestre 1913-1914 nous apportait un résultat réconfortant: en effet les douanes nous apprennent que la France a, pendant ce temps, exporté pour 35.659 dollars au lieu de $32.006 pendant la période correspondante de 1912-1913. Les chiffres de la douane sont fort exacts mais le public ignore que deux machines françaises, importées en janvier 1913, et ayant acquitté les droits de douane, ont dû plusieurs mois plus tard, être retournées en France, faute d'acquéreur. Ceci ramène le chiffre de $33.659 à $27.000 environ.

L'importance des affaires faites au Canada par les Etats-Unis montre assez clairement le débouché possible. Pourquoi nous sommes-nous laissé usurper ce marché?

La réponse est très simple: la négligence extraordinaire des industriels français a fini par lasser la bonne volonté canadienne. Nous allons voir en détail quelles erreurs nous avons faites et comment nous avons pu arriver aux résultats cités plus haut, désastreux non seulement par suite de la diminution des ventes, mais aussi par ce que les pertes, soit des maisons françaises, soit des importateurs, atteignent un chiffre assez élevé.

Histoire de l'Echec

Selon quelques personnes, les manufacturiers français n'ont jamais recherché le marché du Canada: il ne saurait donc être question de leur échec mais de celui des importateurs eux-mêmes. Cela serait peut-être une distinction bien subtile: quelques lignes d'histoire mettront les faits en pleine lumière.

Certaines maisons françaises et parmi elles plusieurs dont le nom est connu du monde entier, ont si bien désiré le marché canadien qu'elles ont envoyé des voyageurs avec une voiture de démonstration. La plupart des industriels français, il est vrai, ont simplement écrit aux différents importateurs pour leur faire leurs offres de service. Si je ne m'abuse, cela est encore rechercher un marché.

Les voyageurs envoyés depuis 1909 ont presque toujours parcouru le Canada dans toute sa longueur de 5000 Kil. sans vendre une voiture. Ils n'ont même pu se débarrasser de leur "démonstrateur" qu'avec une forte perte. De tout cela je parle en connaissance de cause, habitant le Canada depuis dix ans, l'ayant traversé quatorze fois, ayant exposé des machines, américaines ou françaises, à Victoria, dans une île du Pacifique, à Calgary, au pied des Rocheuses, aussi bien qu'à Montréal, Toronto et Ottawa. Président et directeur d'une compagnie qui eut en vue, à un moment donné, la vente exclusive des machines européennes et dont le capital versé atteignit trois cent mille francs, sans doute ai-je quelque autorité pour traiter ce sujet.

Je pourrais citer douze marques françaises qui depuis 1905 ont successivement essayé la vente des automobiles au Canada. En 1912 deux recherchaient le marché et trois exposaient à des Salons. En 1913 deux seulement, lyonnaises, exposaient. En 1914 une seule de celles-ci continuait la lutte et elle était aussi la seule française : puisse-t-elle réussir. Sa persistance admirable mérite une récompense.

Donc de 12 marques françaises, une seule, en 1914, persévère ! Que sont devenues les autres ? Pourquoi ont-elles disparu ?

Bien lancées il y a quelques années, certaines marques auraient pu vendre au Canada, dans les seules provinces de Québec et de l'Ontario, une centaine de machines par an, sans peine. La fabrication américaine était alors dans son enfance. Elle ne copiait pas, comme maintenant, les modèles français : elle s'essayait à copier et ne savait pas le faire. Les premières machines importées des Etats-Unis ne donnèrent certes pas, comme mécanisme, la même satisfaction que les machines françaises. Celles-ci comme celles-là étaient pourtant à critiquer, mais pour des raisons différentes. Les machines américaines étaient mal bâties. Mauvaise conception, car le corps d'ingénieurs d'automobiles américains n'était pas entrainé comme il l'est maintenant ; matériaux médiocres, les Américains n'ayant pas encore étudié cette branche spéciale de l'industrie métallurgique. La machine américaine était moins solide certainement que la machine européenne : elle cassait souvent. Mais elle avait cependant deux avantages énormes : elle pouvait passer partout et, en cas d'accident, les pièces détachées ne se faisaient pas attendre pendant deux mois.

Elle passait partout parce que de suite les Américains bâtirent des machines capables de rouler dans n'importe quelle partie de leur immense pays. Les routes n'existaient pas et l'on peut dire, je crois, que sans l'automobile la route n'aurait jamais existé aux Etats-Unis. L'automobile, en dehors des villes, devait circuler sur des sortes de sentiers très larges. La route n'était généralement que deux profondes ornières espacées de 1m.42 et creusées par le travail des roues des voitures de fermiers dont la voie est invariablement de cette dimension. Vouloir circuler sur de tels chemins avec des voitures ayant une voie de 1m35 ou 1m50 était une sottise. Un autre inconvénient très grand était le manque de hauteur du châssis. Un minimum de 28 centimètres est nécessaire au Canada ou du moins était nécessaire, car chaque jour les chemins s'améliorent et certaines machines basses peuvent maintenant fort bien circuler partout à condition qu'elles soient conduites par des chauffeurs prudents.

MACHINES NON ADAPTEES AU CANADA.

Les manufacturiers français n'ont jamais su comprendre combien était importante cette question d'acclimatation des machines. Le grand maitre français, Faroux, l'avait pourtant bien dit, dès 1908. *"Chaque*

pays voit son type normal influencé par la nature même de ses routes, les constructeurs ayant dû compter avec les traditions du lieu. Une des choses qui ont le plus contribué à ralentir l'accroissement des exportations des automobiles françaises, c'est précisément l'excellence de nos routes. Nous avons fait des véhicules légers, pourvus de toutes les qualités: Il leur manque quelque chose dans les pays moins dotés que le nôtre sous le rapport de la viabilité."

Oui, il manque quelque chose... Et ce quelque chose a valu à l'industrie française de sérieux échecs. En ce moment encore, des directeurs d'usines prétendent vendre leurs châssis au Canada et me répondent fièrement: "Mais de quoi vous plaignez-vous? Nos machines marchent très bien dans l'Amérique du Sud." Attendez quelques années. Laissez les Américains du Nord organiser leur effort: quand les Etats-Unis auront pris pied au Brésil et en République Argentine, je suis persuadé que vous aurez de la peine à les déloger.

Rappellerai-je quelques faits personnels? En 1910, allant, avec une machine française de premier ordre, de Calgary à Edmonton, au pied des Montagnes Rocheuses, j'étais enchanté de cette automobile qui me permettait pour la première fois de marcher sans panne. (J'avais déjà fait souvent le voyage mais dans des machines américaines bon marché et régulièrement le joint de cardan ou le pignon de commande avait cassé). Carburation superbe: un Zénith. Allumage impeccable: une Bosch. Nous étions à quelques trente kilomètres de tout village, dans une réserve indienne, roulant à bonne allure dans les deux ornières qui formaient la route. Tout à coup un grand bruit se fait entendre: l'essieu crie mais ne rompt. Je descends vite pour constater les lamentables effets du choc de la voiture contre un roc dissimulé dans l'herbe. L'essieu avant, un Lemoine, avait tenu bon ainsi que les brides de ressort. Rien de cassé: le manomètre, dont l'aiguille restait immobile, m'indiqua heureusement, que je n'avais plus d'huile. Le bouchon de vidange, placé sous le carter inférieur, avait été guillotiné. Pas un arbre dans le voisinage. Il fallut couper à la hachette (1) les racines de quelques bruyères, les assembler pour en faire un bouchon, mettre un peu de terre autour, retenir le tout par un mouchoir, et enfiler cela dans le trou du carter... On me dira: Vous n'aviez qu'à faire attention à la route! Bonnes gens qui faites de l'automobile en haut de forme, je voudrais vous y voir. Dans ce pays, nous sortons par des froids de 40° centigrades, parfois dans de la neige haute de 25 centimètres. Quand nous avons à conduire dans de vraies terres labourées, nous devenons forcément ingénieux et adroits: cela ne nous empêche pas de maudire parfois le constructeur français pour son refus de satisfaire à nos légitimes demandes.

(1).—Dans cette région du Canada, un touriste prévoyant doit toujonrs avoir une grosse corde, une hachette, une pelle, etc...

Faut-il dire aussi qu'un peu plus loin, cette même machine qui jamais ne connut la déshonorante panne de mécanisme, resta suspendue sur un petit pont? La route était pourtant bien nette, dans cette immense prairie sans arbre. Mais pas d'agent-voyer dans ce pays. Pour traverser un petit creek, les fermiers fabriquent une sorte de pont en grosses planches. Le tablier dépasse de trente centimètres de chaque côté le niveau de la route. Si par hasard la largeur du pont est presque celle de l'empattement de votre voiture, vous voici pris, à moins d'avoir la hauteur de châssis américaine... De tels accidents, qui nous valent parfois de coucher à la belle étoile, sont-ils agréables? Le potache peut y trouver de quoi satisfaire son imagination échauffée par la lecture de Fenimore Cooper; l'homme d'affaires jure qu'on ne l'y reprendra plus et vend sa machine. Répétés très souvent, ces incidents ont indisposé très fortement le public.

En vain ont-ils été maintes fois signalés. La plupart des maisons n'en ont tenu aucun compte. N'avons-nous pas vu un manufacturier envoyer au Canada des machines absolument semblables à celles vendues en France avec cette différence toutefois que les roues de 805-105 avaient été remplacées par des 1020-120? Naturellement le moteur ne tirait plus. Le manufacturier n'hésita pas à mettre un rapport d'engrenages de 10-55. Oserez-vous appeler cela des procédés de mécanique saine?

Il y a quelques mois à peine, tout Montréal voyait arriver une machine française à deux places, beau petit coupé, qu'on avait encore affublée de deux grandes roues 1020-120. L'aspect de la machine était tellement changé qu'elle en était grotesque. A chaque arrêt dans la rue, il y avait foule autour d'elle et chacun d'éclater de rire. Son propriétaire a été obligé, devant tous les quolibets, de faire arranger les roues qui sont maintenant des 880-120, mais adieu la "clearance" (Hauteur de châssis).

RETARDS DANS LES LIVRAISONS.

Si encore les acheteurs n'avaient eu qu'à se plaindre des divers inconvénients signalés plus haut, peut-être les agents auraient-ils pu arriver à lutter néanmoins et garder une partie de leur clientèle. Mais les agents eux-mêmes eurent beaucoup plus à se plaindre que la clientèle: des retards formidables furent apportés à la livraison des voitures. J'ai des exemples authentiques de gens ayant acheté une machine en février et mars 1906, la payant comptant, avec promesse de livraison trois mois plus tard. Les machines arrivèrent en octobre et novembre 1907. Pourquoi en était-il ainsi? Evidemment parce qu'à cette époque il y avait une demande très forte d'automobiles et que les usines ne produisaient pas encore en quantités suffisantes. De plus, l'acheteur canadien ne pouvait réclamer que par lettre; l'acheteur français, sur place, pouvait mieux montrer les dents. Si personnellement je n'ai pas eu à me plaindre de retards de livraison pareils, j'ai eu cependant des voitures me parvenant trois et quatre mois

trop tard. Cela coûte cher : en 1911, ayant vendu une automobile que la manufacture promettait fermement pour fin janvier, je dûs fin avril, comme la machine était encore en France, fournir, en l'attendant, un coupé tout neuf à l'acheteur. Celui-ci, dans un tournant, monta sur un trottoir, frappa un poteau téléphonique : le coupé fut très endommagé. Les réparations et la baisse de prix de vente qui en furent la conséquence valurent à la compagnie que je dirigeais une perte de plus de six cents dollars. Le client refusait de payer : vous n'aviez qu'à me livrer ma machine en temps voulu... L'attaquer ? Est-ce pratique de se créer une clientèle à coups de lettres d'avocats ?

Les faits tels que celui-ci sont nombreux. Peuvent-ils encourager les agents ?

LES MACHINES NE SONT PAS MISES AU POINT.

Quand elles arrivent, ces fameuses machines, sont-elles enfin mises au point ? Sont-elles ce que le manufacturier nous garantit ? N'a-t-on jamais essayé de nous écouler, et cela sous couleur de conseils bienveillants et de brillante affaire, les vieux rossignols invendables ? Nos usines françaises sont-elles bien sûres de n'avoir rien à se reprocher sous ce rapport ? De Montréal à Vancouver, des plaintes à ce sujet ont été formulées pourtant. Là encore je ne citerai que les faits dont j'ai été témoin. Ici c'est telle machine que l'usine garantit avoir été essayée d'une façon particulière et qui doit donner la plus complète satisfaction à son client. La machine arrive : le client, toujours pressé, est à la gare en même temps que l'automobile. A grand'peine peut-on l'empêcher de briser la caisse qui contient l'attendue : ne faut-il pas que l'officier de douane vienne enlever les plombs ? Notre acheteur impatient voit enfin son idole. Tous les gens de la ville accourent saluer cette merveille venue de si loin : horreur, les vernis sont abîmés. L'eau de mer a fait son oeuvre sans doute. Il faudra repeindre la voiture. Déception déjà. On met de l'essence, tourne la manivelle et l'on part. Qu'est cela ? Elle semble ne pas tirer. Pas grand'chose sans doute : le gicleur à changer, le flotteur trop léger. Pendant une semaine la voiture est bricolée : rien n'y fait. Ce malheureux agent sans doute ne connait pas son métier : allons ailleurs. Tous les bouchers en mécanique de la place y passent. Hélas ! le mieux souvent est l'ennemi du bien. On revient chez l'agent : le moteur est démonté. Cette fois, bien que rien d'anormal n'ait été constaté, cela va mieux marcher : anxieux, le malheureux directeur s'embarque avec son client et va essayer la prochaine côte.... et y cale. De guerre lasse, on télégraphie à l'usine d'envoyer un ouvrier. La compagnie canadienne naturellement paie les frais. Un mois plus tard l'ouvrier arrive : tout est démonté gravement tandis que le client et l'importateur perdent sagement et lentement leur temps autour de l'augure. Nouvel essai : mêmes résultats. Cette côte est décidément trop dure et pourtant nos autres machines de

même marque la montent allègrement. Que faire? L'augure commence à ne plus rire: en vain exécute-t-il sur le carburateur ses tours de passe-passe les plus savants. RIEN. Ah! Si Féron ou The Man Who Knows étaient là, quelle étude intéressante pour eux. En attendant, le client s'emporte, accuse importateur et usine, leur prodigue les mots d'amour les plus doux... Si l'usine s'était donné la peine d'essayer la machine sérieusement, avant de l'envoyer, cela aurait-il pu se produire?

Sur telle autre machine, presque neuve et qui vient d'être vendue, le client découvre, sur le cylindre No 4, près du tuyau d'échappement, une légère fente sur la chemise d'eau. L'eau suinte lentement, les gouttes se forment, puis aux allures vives du moteur, le mince filet coule... Dieux immortels, que se passe-t-il?... Malheureux importateur, le voici traité de voleur. L'acheteur veut rendre la machine ou faire un procès: ennuyés, les directeurs de la compagnie qui n'y peuvent mais et n'y comprennent goutte, transigent et perdent encore quelques centaines de dollars. N'ont-ils pas raison d'éviter un procès? N'ont-ils pas à se faire une clientèle? Ne vaut-il pas mieux être coulant pour arriver à lancer la marque? Et puis, que ressortirait-il de cela? Le public, excité par les concurrents, ne donnera-t-il pas tort aux importateurs? Calomniez, calomniez, il en reste toujours quelque chose... On écrit à l'usine qui affirme son innocence: la chose est impossible! Plusieurs mois plus tard, par des ouvriers, on apprend que telle salle, par une nuit très froide d'hiver, est restée sans feu et qu'un certain nombre de moteurs ont été gelés: cela explique maintenant cette couture mystérieuse au laiton, faite par une main habile et que certes au pied des Rocheuses, en 1911, aucun ouvrier n'aurait pu exécuter si bien... Que dans une usine un veilleur de nuit s'endorme, cela peut arriver. Mais c'est bien remarquable que sur cinq ou six moteurs victimes d'un grave rhume, un se soit égaré à dix mille kilomètres de l'usine... Ces petites aventures sont charmantes pour les agents, n'est-ce pas?

Dois-je raconter encore un autre incident auquel j'ai été mêlé: très dévoué aux choses françaises, portant un profond intérêt à un importateur de ses amis, un négociant parisien signale un jour par dépêche que telle usine a en magasin quelques machines légèrement défraîchies. Excellente affaire qui demande réponse immédiate. Tout se traite par câblogrammes: l'importateur, un peu méfiant, recommande bien à l'usine de suivre scrupuleusement le contrat. Celui-ci porte en toutes lettres: pnematiques neufs ou à l'état neuf, moteur et mécanisme en état parfait. La machine arrive: nouvelle foule à la gare, car dans ces pays lointains une automobile venue de France excite toujours une vive curiosité. La caisse est défoncée et la machine est à quai à 2 heures de l'après-midi. Il s'agit maintenant de monter les pneumatiques. Ceux-ci sont enveloppés prudemment dans du papier épais; les chambres à air sont emballées dans leurs boîtes de carton habituelles. Le bonheur est dans l'air. Dans une

heure environ nous allons essayer cette extraordinaire machine qui nous fut tant vantée pour sa puissance incomparable et sa grande vitesse. Le premier pneumatique, dépouillé de son papier d'emballage, a droit à notre respect: en gentilshommes, découvrons-nous devant les vieillards. Il a livré le bon combat sur des routes nouvellement empierrées et porte des entailles de chevalier du moyen-âge. Montons-le: la chambre à air, sortie de sa boîte plombée, apparaît toute blanche; par une exquise délicatesse, les manufacturiers, voulant faciliter un si long voyage, l'ont sans doute déposée dans un lit de coton. Horreur, ce coton n'est qu'un moisi, stigmate de la vétusté. Bref, à huit heures du soir, les quatre hommes qui travaillaient à monter ces légendaires pneumatiques songeaient à pouvoir aller se reposer quand de nouvelles explosions se firent entendre. Une fois de plus deux des pneumatiques avaient éclaté: en trouver d'autres — des 935-135, dimension métrique inconnue dans le pays — était impossible. Il fallut réparer de notre mieux: à deux heures du matin, la machine quittait la gare... Tout n'était pas fini: elle cognait comme une mule. Trop d'avance? Carburateur mal ajusté? Peu importe. L'essentiel était d'arriver au garage. Elle y était enfin à six heures du matin après s'être enlisée deux fois dans les chemins boueux... L'examen attentif prouva que le cognement venait d'un coussinet: le jeu était tel que le pied de bielle fouettait le carter... Celui-ci était même assez entamé. Les témoins de ces faits, strictement exacts, étaient en partie Français. Et voici comment arrivaient des machines garanties par une usine, en état parfait, livrées directement par le manufacturier, sans intermédiaire... Vous ne trouvez pas cela navrant?

LE MANQUE DE PIECES DE RECHANGE.

Si nous parlons des pièces de rechange nécessaires par suite d'usure ou d'accidents, nous retrouvons les mêmes erreurs fantastiques, les mêmes négligences coupables. La pièce de rechange est bien ce qui, plus que toute autre cause, a tué la machine française au Canada. En raconter l'histoire serait écrire un vrai roman.

Voici des gens qui, séduits par la beauté des lignes des automobiles françaises, convaincus de la supériorité des matériaux et de la main-d'oeuvre de notre pays, finissent par céder aux raisonnements persuasifs d'un importateur: les pièces détachées leur sont promises. On les leur fait même voir... Un accident arrive; telle pièce est désirée. Neuf fois sur dix, cette pièce n'est pas en stock. Aucun agent ne peut prétendre avoir en stock toutes les pièces nécessaires à la réparation d'une machine. On câble à l'usine. Des codes spéciaux ont été préparés avec soin. Trois semaines plus tard, quand ce n'est pas deux mois comme cela est arrivé souvent, la pièce arrive. Mais presque toujours il y a erreur. Les importateurs les plus sérieux se plaignent ainsi d'avoir reçu des pistons d'un diamètre différent de celui du moteur, des bielles

de commande de direction impossibles à mettre en place par suite d'un changement de détail dans la construction de la même série de châssis. Les erreurs les plus extraordinaires ont parfois été commises. Les retards sont inexcusables : il n'en est pas ainsi pour toutes les maisons maintenant, mais je puis citer telle maison parisienne qui, ayant reçu commande le 21 décembre 1913 d'une pièce de rechange, n'a pas su s'arranger pour la faire parvenir avant le 27 février 1914. Pendant tout ce temps, la machine fut immobilisée. Son propriétaire ressemblait à un ours en cage.

Ajoutez à cela les erreurs fréquentes des compagnies de transport : voici ce qui m'est arrivé en octobre 1913. Une machine vendue par moi à Toronto ayant été frappée par un énorme camion chargé à cinq tonnes, je dus faire venir pour mon client quelques pièces de la direction. La maison française, il faut le dire à son honneur, bien dressée par des expériences malencontreuses précédentes, expédia sans retard et sans erreur : on me télégraphia de Toronto que les pièces étaient arrivées. Je pris le train de nuit à Montréal à dix heures et demie du soir et étais à Toronto le lendemain matin. Je me mis en devoir de faire exécuter la réparation immédiatement. En ouvrant la boîte, je découvris.... une couveuse artificielle électrique. Le véritable colis avait été égaré par la compagnie de transport. Il me fallut rester trois jours à Toronto et perdre mon temps, car le colis fut introuvable. Je dus revenir à Montréal, puis les pièces une fois retrouvées, retourner à Toronto... Dans de telles conditions, la vente des machines françaises est-elle bien pratique ?

Cela ne prouverait-il pas que les maisons françaises devraient avoir ici *elles-mêmes* un stock très important de pièces détachées... Mais pour le moment contentons-nous de raconter : nous tirerons plus tard les conclusions morales. Songeons simplement à l'état de surexcitation dans lequel se trouvent les clients ayant à subir tous ces ennuis.

LES REPARATIONS.

Les pièces détachées ayant été une grande cause de vexations, les réparations courantes n'en ont-elles pas été une autre souvent ? Sans qu'une pièce casse ou soit usée, une automobile a parfois besoin d'une remise au point générale. Qui s'est occupé de cela ? Les propriétaires d'automobiles françaises ont-ils été du moins assez favorisés sous ce rapport ? Pas davantage. Si nous faisons une seule exception, pas une maison française ayant vendu des machines au Canada n'est en état à l'heure actuelle de s'occuper des réparations. La seule à peu près installée encore voit son commerce bien restreint par la mauvaise impression causée par la faillite de son agent précédent, dans laquelle quelques Canadiens ont perdu de l'argent. Les autres machines sont maintenant réparées n'importe où. Certes il ne faut pas dire que des villes comme Mont-

réal ou Toronto sont entièrement dénuées de bons ouvriers, mais la réparation d'une machine française est difficile pour l'ouvrier américain qui n'est pas ajusteur, mais assembleur. Il y a un abîme entre les deux. Même dans les maisons qui passent à juste titre comme ayant les meilleurs ouvriers, des fautes invraisemblables sont parfois commises. Le propriétaire ou contremaître du garage connaît en général bien son métier; il cherche certes à surveiller ses ouvriers, mais est par la force des choses amené à embaucher parfois des gens sans aucune capacité. En mars 1913 nous avons nous-même vu le fait suivant: un propriétaire de voiture française, ayant son moteur fendu par l'eau qui gela pendant la nuit, câbla en France pour avoir un cylindre semblable. Celui-ci fut envoyé avec une rapidité très grande, mais les guides-soupapes n'étant pas fixés sur le nouveau cylindre, il fallut mettre ceux du moteur fendu sur le nouveau bloc, chose fort simple. L'opération fut faite dans un garage d'excellente réputation: il arriva néanmoins que ,les guide-soupapes une fois en place, une des soupapes non seulement ne pouvait pas reposer sur son siège, mais rencontrait la partie supérieure du cylindre!!!

Même quand le contremaître s'installe personnellement à la réparation d'une machine française qu'il n'a jamais vue encore, de grosses pertes de temps se produisent. Pour démonter et remettre en place une direction qui avait du jeu, un garage fit payer cent soixante francs. Remarquez qu'il n'y eut aucune retouche à faire, aucune pièce à changer: il fallut simplement resserrer quelques écrous. Mais le mécanicien chargé du travail, habitué à des directions de modèles entièrement différents, ne sut pas s'y prendre et il perdit naturellement beaucoup de temps. A quatre francs l'heure, nous arrivons vite au total indiqué... De telles choses ne se produiraient pas si les maisons françaises, au lieu de voir leur agence changer de mains tous les six mois et finalement disparaître, s'étaient installées elles-mêmes au Canada. Ces maisons devraient aussi donner un livre d'instructions détaillées. Dans ce pays où le cône renversé est inconnu, j'ai vu des mécaniciens assez habiles ne pas savoir démonter un embrayage de ce genre. Un livre d'instructions donné à chaque propriétaire et à chaque agent, surtout dans les petites villes, serait de la plus grande utilité.

Ainsi, nous voyons encore les propriétaires de machines françaises ayant sujet de se plaindre quand ils veulent faire réparer leurs machines. Le fini de notre mécanique est à ce point un obstacle à sa vente: il devrait être un des grands arguments du vendeur et le serait incontestablement, si les maisons étaient établies ici elles-mêmes et avaient deux ou trois bons ouvriers formés chez elles. Au contraire, les clients, mécontentés plusieurs fois déjà, vous répondent avec bon sens qu'une Cadillac, venant de gagner pour la deuxième fois Le Dewar Trophy, donné par le R. A. C. de Londres, a pu être complètement démontée; 89 de ses pièces, d'une partie quelconque, furent enlevées et immédiatement rempla-

cées par des pièces de rechange prises à une machine de même marque: à part le tourne-vis et les clefs, aucun outil ne fut employé; la lime fut absolument laissée de côté. Il faut avoir lutté pendant plusieurs années pour apprécier la valeur énorme en Amérique, d'arguments de ce genre... J'arrive à la comprendre moi-même, ayant eu plusieurs fois des difficultés assez sérieuses à ajuster des pièces qui, théoriquement interchangeables, se refusaient obstinément à prendre leur place.

En résumé, dans la question réparations comme dans les autres, il y a infériorité notoire de la machine française.

L'ECLAIRAGE ELECTRIQUE.—LE DEMARREUR AUTOMATIQUE.

Dans ce réquisitoire que nous avons l'air de prononcer, n'avons-nous rien oublié?... Malheureusement beaucoup encore... Vendre au public quelque chose que celui-ci désire, est tâche relativement facile: tout commerçant le sait. Nos industriels semblent avoir oublié qu'imposer à ce public un produit qu'il ne veut pas est une entreprise autrement ardue.

Depuis deux ans, le public canadien veut l'éclairage électrique. Depuis un an, il exige le démarreur automatique, et cela à un tel point, que la vente d'une automobile non pourvue de cette amélioration est une chose presque impossible. Nos manufacturiers s'en sont-ils préoccupés? Les agents canadiens ne le leur ont-ils pas dit? Les manufacturiers ont été avertis de cent manières différentes: lettres particulières, articles dans divers journaux (Bulletin de la Chambre de Commerce française de Montréal, Omnia, France Amérique, etc., etc. Rapports aux Chambres syndicales, etc.) Que nous répondent-ils? La chose est curieuse et dénote un état d'esprit lamentable pour l'avenir de notre commerce extérieur; dans plusieurs lettres de maisons différentes, nous lisons, textuellement: "Nous ne comprenons pas que vos clients aient de telles exigences. Ici personne ne demande l'éclairage électrique". — Remarquez d'abord qu'un premier résultat de cette indifférence a été l'établissement dans toute l'Europe, de succursales de maisons américaines fabriquant les dynamos d'automobiles. Sur ce point comme pour le démarreur automatique, l'Europe s'est laissé battre par les Etats-Unis.

Mais que fait l'agent dont la machine n'est pas munie de la dynamo d'éclairage et d'un démarreur? Le malheureux "se débrouille". Il passe des journées à chercher la façon, non pas la meilleure, mais la moins mauvaise de placer des dynamos. Tout ingénieur sait quelles difficultés on rencontre, quand le moteur n'a pas été étudié à l'avance pour permettre l'établissement rapide et facile de ces accessoires. Ce sont alors des essais divers, généralement malheureux. Les courroies glissent, la dynamo ne charge pas. Telle poulie nécessaire est en porte-à-faux et amène

une rupture. Le chauffeur mécontent veut améliorer le tout et naturellement... nous savons ce qui arrive. Passe encore pour la dynamo d'éclairage: elle ne charge pas les accumulateurs et le propriétaire en est quitte pour faire recharger ceux-ci fréquemment. Mais que dire du démarreur automatique, car il ne faut pas songer à installer un système européen quelconque. Ce que l'on veut au Canada, c'est le démarreur électrique et d'une marque américaine connue.

Le malheureux agent "se débrouille" encore. Il travaille "ad majorem gallicarum automobilium", perd son temps et son argent et tous les conseils d'administration du monde, loin de lui savoir gré de ses prodigieux et intelligents efforts, loin de comprendre que le malheureux a besoin d'aide, l'abandonnent.

LES MAISONS FRANÇAISES FONT UNE RECLAME INSUFFISANTE.

La marchandise qu'il allait vendre était-elle bien connue? Car il est évident qu'une des premières conditions pour vendre facilement, est de faire connaître la marchandise par la publicité. En général, les maisons françaises ont fait trop peu d'annonces au Canada. En Amérique, la réclame est nécessaire. Lisons ce que disait, il y a quelques années, la Chambre de Commerce française à ce sujet:

N'espérez pas ouvrir à vos produits des débouchés importants et permanents sur le marché canadien si vous n'êtes pas disposé à consacrer à une campagne de publicité, une somme proportionnée au prix de votre marchandise, et à l'importance des résultats auxquels vous visez. Nous sommes ici dans le royaume incontesté de la publicité. Elle est une puissance irrésistible avec laquelle il faut compter. Si vous ne fournissez pas à vos agents les moyens d'en faire, vos efforts seront vains."

"Dieu lui-même a besoin de cloches" a-t-on dit. L'industriel se croit probablement plus connu que Dieu. Il n'en est cependant pas tout à fait ainsi.

Des Anglais compétents ont émis l'avis que si l'Europe ne faisait plus de ventes aux Etats-Unis, c'était faute de réclame. "La réduction de 15% sur les châssis (30 ou lieu de 45), doit certainement aider l'exportation d'automobiles européennes aux Etats-Unis. Mais il faudrait que les manufacturiers fissent un peu plus de réclame en Amérique, car la machine européenne agonise en ce moment là-bas, par suite du manque de publicité. Tout allait bien, quand dans les courses, la machine américaine était simplement mentionnée comme ayant aussi couru, mais l'Oncle Sam s'est réveillé depuis quelques années." (1)

(1) Motor Trader. April 30th., 1913.

Il me semble qu'il y a beaucoup de vrai dans cela. Voici cinq ans que je lis assidument, semaine par semaine, les grandes revues automobiles des Etats-Unis. J'y constate l'exaltation constante, méthodique, je dirai volontiers patriotique, de la machine américaine. Certes The Motor, The Horseless Age, The Motor World, The Motor Age, ne discutent pas la valeur de la technique française, mais ils savent fort bien faire ressortir qu'elle produit des machines destinées aux boulevards européens... Qui peut les blâmer? Ils sont chez eux et vantent leurs saints: de plus, les industriels français leur donnent-ils de bons contrats d'annonces? Lisez aussi les "magazines" répandus dans les classes cultivées ou riches, c'est-à-dire dans celles où nous autres, Français, nous devons pénétrer pour vendre nos produits de luxe: que constatez-vous et cela depuis plusieurs années? Les grandes *firms* américaines, les Pierce-Arrow, les Packard, les Locomobile, les Stearns, se disputent les pages de couverture, cela mois après mois, semaine après semaine. (2) Cest partout la même chose: une admirable constance dans l'effort. Certaines de leurs annonces sont de véritables petits chefs-d'oeuvre. Il n'est pas jusque dans les journaux de mode qu'elles ne pénètrent. N'est-ce pas aussi et surtout à la femme qu'il faut plaire? Madame ne décide-t-elle pas en dernier ressort de l'achat de la limousine chère? N'est-ce pas elle qui choisira la couleur de la carrosserie, l'étoffe? N'est-elle pas toute flattée, surtout dans ce pays où il y a chaque jour de nouveaux riches, (vous appelez cela d'un mot tout différent en Europe), de pouvoir dire qu'elle possède une machine de telle marque, la première du monde? C'est la première du monde, parce que les journaux qu'elle lit, dans lesquels elle voit sa machine bien annoncée, le lui répètent toujours... Que connaît-elle en mécanique?

Or, toutes ces revues des Etats-Unis se vendent beaucoup au Canada. Sans doute le Canada a déjà quelques journaux bien faits, écrits pour une élite. Mais de suite les firmes américaines s'en disputent les pages, chose coûteuse, mais nécessaire. S'imposer sans réclame au Canada, c'est vouloir faire couler le Saint-Laurent de Québec à Montréal.

Dans la province de Québec, cette réclame est en particulier nécessaire et coûteuse: une partie de la population est française, l'autre est anglaise. Vous devez mettre des annonces dans les journaux anglais et français. En agissant ainsi, ne vous imaginez pas que vos produits vont être connus dans tout le Canada. Ici, les conditions ne sont pas les mêmes qu'en France. Dans ce dernier pays, où l'unité nationale est faite, la capitale a une influence énorme sur la province et la presse parisien-

---

(2)—Sans s'en douter, nos journaux français eux-mêmes font parfois de la réclame pour elles. Comme exemple typique, je citerai l'Illustration du 8 juin 1912, page 495. Le général Lyautey descendant de son auto, qui est une Ford! Et cela au Maroc!

ne a des lecteurs très nombreux dans les départements. Les provinciaux lisent au moins deux journaux, le leur, de leur petit clocher et un journal de Paris, que ce soit le Temps ou les Débats, le Matin ou le Journal, le Figaro ou l'Echo de Paris, ou tout autre encore. En annonçant dans les journaux de Paris, on peut être sûr d'être lu de toute la France. Au Canada il n'en est pas ainsi: les journaux sont essentiellement locaux. La réclame sera donc très chère. Les journaux techniques les plus lus, sont les journaux américains et quelques journaux anglais: Auto Car, The Motor. Qui lit Omnia, La Vie Automobile, La revue Automobile, Le Poids lourd? Qui connaît les noms de nos ingénieurs les plus en vue? Faut-il blâmer ces journaux ponr ne pas s'être assuré un débouché au Canada? Certes non: ils sont d'une lecture trop ardue pour ce pays. Les termes sont trop difficiles. Si vous exceptez les quelques ingénieurs sortis de Polytechnique, McGill ou Laval, qui vous comprend quand vous parlez de point mort? Ici on dit "au centre". Un embrayage est un clutch. Un volant est une roue d'air. Que peut donc être un rendement thermique? Et ainsi de suite. Lisez les chroniques automobiles dans les journaux français du pays, et vous verrez... Que Dieu nous garde d'en rire: nous devrions plutôt remercier avec ardeur tous ces braves gens d'avoir bien voulu, après 150 ans, se rappeler encore le doux parler de France.

Plusieurs marques françaises ont fait un peu d'annonces au Canada. Celles qui en ont fait le plus sont certainement les Rochet-Schneider et les Berliet. Croyez-vous qu'elles soient bien connues? Ces deux noms sont pourtant célèbres en Europe. L'agent de la Rochet-Schneider par exemple, nom glorieusement connu de l'autre côté de l'Atlantique et synonyme de robustesse de fabrication, a, avec une constance remarquable et qui eût sans doute porté de beaux fruits sans la dépression financière considérable de 1913, dépensé plus de trente mille francs en annonces par les journaux, les circulaires, les cartes postales, les buvards artistiques, les visites personnelles et celles des voyageurs. Le nom de la marque qu'il représente aurait donc dû être bien connu: j'ai constaté maintes fois qu'il n'en était rien. Pour la plupart des personnes c'est Schneider du Creusot ou bien celui de Besançon. Pour d'autres, en particulier à Toronto, Rochet-Schneider est une machine russe, c'est la Roussian-Snyder, telle que la décrivait avec enthousiasme un rédacteur sportif. Cela je l'ai entendu. Et à l'hôtel King Edward, à Toronto, où j'étais allé défendre, avec un enthousiasme patriotique naïf, des couleurs françaises, je me voyais gravement demander par d'importants négociants si la machine Berliet n'était pas bâtie par le même homme qui avait traversé la Manche en aéroplane et si c'étaient les Allemands ou les Russes qui fabriquaient la fameuse Schneider. Si quelqu'un est à blâmer, ce ne sont certainement pas ces gens-là. Parlez-leur de Pierce Arrow ou de Packard: ils sauront vous répondre, n'ayez pas de doute à ce sujet.

En supposant que les maisons françaises aient fait beaucoup de réclame, eu des stocks de pièces détachées, des ateliers de réparations, livré les machines en temps voulu, ces maisons auraient-elles fait de très brillantes affaires? Probablement elles auraient vendu bon nombre de machines, mais je crois que pour certaines raisons d'ordre plutôt technique, le nombre des acheteurs aurait été limité. Nos moteurs européens sont en général à compression plus élevée que les moteurs américains. Leurs vitesses linéaires sont plus grandes: au moteur de gros alésage, l'ingénieur européen a substitué- celui d'alésage moyen et de longue course. Il n'y a aucun doute à ce sujet: l'ingénieur européen est dans le vrai, mais qu'il ne croie pas son confrère américain (1) dans l'ignorance de cela. Si les grandes marques américaines sont en retard sur nous, sur ce point, c'est que les circonstances locales l'exigent. Avec les routes que nous avons en Amérique, si mal entretenues dans certains Etats, nous sommes obligés de ralentir constamment, de freiner brusquement, puis de relancer notre machine. Passons-nous dans un terrain sablonneux, notre moteur tire énormément: avec un moteur de petit alésage, à moins d'aller à une allure très vive, nous calerons, ou nous devons changer de vitesse. Mais c'est tout simple, nous disent les théoriciens de la vitesse linéaire élevée. Personnellement, je trouve la chose toute simple, et aussi avoue n'avoir pas grande objection à manoeuvrer un peu plus souvent les leviers: la machine gagne beaucoup en souplesse. Mais laissons le domaine de la théorie, qui conduit nos machines? des ingénieurs? Nullement, pas même des chauffeurs européens, généralement bien dressés. Le chauffeur canadien, semblable en cela à son collègue des Etats-Unis, se refuse de la manière la plus formelle à changer de vitesses. Cela, je puis l'affirmer et en parler bien à l'aise. Ayant eu à faire passer les examens à plus de mille candidats, à Montréal, j'ai pu constater qu'ils étaient un nombre très minime, les conducteurs sachant changer de vitesses: à peu près tous, changent quand le moteur va être étouffé. Derrière les tramways, comme les règlements municipaux exigent l'arrêt complet de l'automobile au croisement des rues, j'ai vu plusieurs fois certains chauffeurs, en troisième ou quatrième, ne pas changer de vitesse, mais lancer leur moteur un peu plus fort, laissant patiner l'embrayage et repartant ainsi. Barbarie, c'est vrai, mais qu'y faire?

Dans les côtes, ils ne changeront qu'à la dernière extrémité. Ils laissent le moteur se cramponner, cogner, ébranler par ses secousses toute la voiture. A de tels conducteurs, mieux vaut incontestablement les

(1)—Les principaux ingénieurs américains les Coffin, les Heldt, etc.... sont très au courant de la fabrication européenne. S'ils n'adoptent pas nos méthodes, c'est pour des raisons parfaitement réfléchies.

moteurs de gros alésage. Ils ont certes de graves inconvénients: en Europe, ni vous ni moi n'en voudrions. N'oubliez pas que nous sommes au Canada. Tel homme sera tout fier de vous dire: "Mon moteur est magnifique. Il monte la côte de Rosslyn Avenue en troisième (qui est généralement la vitesse supérieure ici)." Cet homme ne vous dira pas: "J'ai fait les derniers cent mètres à huit kilomètres à l'heure et toute mon auto sautait comme une gazelle effarouchée!!" Il sera très étonné si vous lui démontrez qu'en deuxième vitesse, il aurait monté sans peine à vingt à l'heure et que sa machine n'aurait eu aucun à coup.

Je n'ai pas de doute à cet égard: les chauffeurs apprendront peu à peu à se servir de leur boîte à vitesse, mais à l'heure actuelle, seuls quelques rares initiés savent le faire. Donnons-leur donc de gros alésages: un 100-140 est bien évidemment trop petit pour une sept places, à moins que votre chauffeur ne soit un Européen... et encore: quand, dans le cours de deux heures, il aura à changer deux cents fois de vitesses, et quand par conséquent son pied gauche aura fait quatre cents mouvements — comme cela arrive dans certains terrains sablonneux — le brave garçon fatigué, enverra tout... vous savez où et vous-même feriez comme lui.

Il faut ici, absolument, une réserve de pouvoir: les machines européennes en ont eu insuffisamment jusqu'ici et c'est avec un grand plaisir que j'ai vu 1914 nous amener des 110-150, des 120-160, etc... Voici bien la machine qui peut réussir au Canada.

Cependant, la tendance européenne est à la 4-cylindres: peut-être est-ce là l'avenir, bien que j'en doute fort. Aux Etats-Unis, la six-cylindres règne encore. Les reines de la route, les trois P. (Packard, Pierce Arrow, Peerless), sont des six-cylindres. Au Canada, la principale manufacture, la Russell, met sur le marché, pour la première fois, une six-cylindres. La vogue est donc encore à ce type de moteur. Les maisons françaises ne fabriquant que des 4-cylindres auront fort à faire pour lutter contre le courant. Je ne les engagerai même pas à le faire: elles auraient sans doute beaucoup de peine pour peu de bénéfices.

On me dira: faites l'éducation des chauffeurs et des propriétaires. Cela coûte cher de faire une éducation. Je rappellerai à mes compatriotes le simple fait suivant. En 1903, une importante maison des environs de Paris, fabriquant de l'hypochlorite de soude (Extrait de Javel) se mit en tête de vendre son produit sur la place de Marseille. Elle envoya un voyageur sonder le terrain, distribua des prospectus, prit comme agent local un homme des plus connus. La maison se décida à envoyer un wagon complet de bonbonnes à Marseille, fit distribuer dans tous les lavoirs, dans les drogueries, les épiceries, des bouteilles de deux et cinq litres d'extrait avec les instructions nécessaires. La plupart des bonnes femmes refusèrent catégoriquement d'essayer le nouveau produit. La

maison en fut pour ses frais et, ayant quitté la France peu après cela, j'ignore si, à l'heure actuelle, la conversion a été opérée.

Quand j'habitais l'Allemagne, j'ai constaté les mêmes faits pour d'autres produits.

Enfin je me rappelle fort bien que vers la même époque, un représentant de commerce très connu de Grenoble me racontait ceci : dans cette ville, le sucre de telle marque (Say, Sommier ou Lebaudy, je ne sais trop) se vendait très bien et faisait prime ; il ne s'écoulait qu'avec peine à Chambéry ou Annecy, où un autre se vendait, dont le placement était difficile à Grenoble.

Bien évidemment, l'introduction d'un produit nouveau dans un pays est fort longue. Quand ce produit a une valeur de six ou sept mille dollars, les difficultés sont autrement grandes et les maisons françaises doivent bien se le dire.

Cliché du journal "La Patrie", (Montréal).
Le lecteur verra que nos routes ne sont pas des boulevards.

Insuffisance de l'effort français

Les nombreuses causes que nous venons d'indiquer rendaient la défaite inévitable. N'ont-elles pas toutes la même source: le manque de prévoyance des maisons françaises? Je dis bien: le manque de prévoyance, car la politique de ces maisons a toujours été la même (à l'exception de la maison Berliet): Tâchons de faire des affaires, mais ne risquons rien.... Notre nom doit suffire pour que notre agent puisse vendre"... C'est ainsi que nous avons vu des manufactures oser dire qu'elles avaient fait de gros sacrifices pour le Canada quand elles avaient dépensé en annonces ou frais quelconques une vingtaine de mille francs! Elles n'ajoutent pas que leurs agents en ont perdu de soixante à soixante-dix mille dans certains cas.

Cette politique malheureuse, qui d'ici quelques années, je le crains du moins en voyant l'essor prodigieux de l'industrie américaine, aura de tristes résultats pour le manufacturier français, n'a-t-elle jamais été critiquée par d'autres que par moi? Avec des citations seulement, nous pourrions aisément faire un volume. "Alors que la plupart des constructeurs se renferment dans les quatre murs de leurs usines et attendent que les clients viennent les y chercher, et, confiants dans l'indiscutable qualité de leurs produits, dédaignent les faire valoir, nos concurrents étrangers ne perdent aucune occasion de faire connaître les leurs et d'en faire constater les mérites. Profitant de notre abstention, ils organisent méthodiquement la conquête de chaque marché et nous en évincent progressivement... Notre construction automobile est, dans son ensemble, de premier ordre; nos ingénieurs sont recherchés dans tous les pays du monde et bien des défaites nous ont été infligées par des voitures usinées en terre étrangère, mais dont la conception était due à un cerveau français. Chaque fois que nous avons voulu, bien fermement voulu, vaincre, et que nous avons pris la peine d'organiser notre victoire, nous avons vaincu. Créateurs de l'industrie automobile, nous devrions sans conteste être demeurés au premier rang si une néfaste politique d'abstention et de renoncement, si le manque de constance dans l'effort n'avait prévalu et ne nous avaient laissé distancer par des rivaux plus persévérants." (1)

---

(1).—A. Contet.—La Vie Automobile. 7 juin 1913.

Ces mots pourraient très bien s'appliquer à la politique suivie au Canada par les manufacturiers français: ont-ils mis en effet de la constance dans l'effort?

Mais laissez-moi encore vous citer quelques lignes: "Chaque branche des connaissances humaines tend à devenir une science et le commerce, autant et plus que toute autre, a aujourd'hui des lois qui régissent la recherche et la conservation de la clientèle, la présentation des produits, la rédaction et la distribution des catalogues, etc... Le temps est passé où le vendeur attendait patiemment l'acheteur derrière son comptoir. Aujourd'hui il faut enlever les affaires de haute lutte, écrire, voyager, traquer le client et insister d'autant plus auprès de lui qu'il est plus sollicité par d'autres concurrents. (2)

L'auteur montre que peu à peu les étrangers s'emparent de tous les marchés et nous supplanteront bientôt: il en est ainsi, même pour l'automobile, dit-il... "Mais les maisons françaises ne consentent qu'exceptionnellement aux sacrifices qui sont au préalable nécessaires pour mettre un représentant à même de faire des affaires. Si un voyageur ne réalise pas, à sa première campagne, un chiffre suffisant, sa maison le considère comme incapable et le remercie. L'année suivante, elle engage un autre représentant qui devant lui aussi, faire l'apprentissage du pays, ne dépasse pas le chiffre de commissions de son prédécesseur. Et cette comédie se renouvelle d'année en année. On ne considère pas qu'une campagne, pour aboutir, doit être préparée. Si une maison a un agent à résidence fixe, elle lui donne des appointements si faibles qu'ils font sourire les représentants des autres pays. Dans ces conditions, les quelques bons représentants français établis au Brésil, au Chili et en Argentine, n'ont rien de plus pressé que de s'engager dans des maisons étrangères."

Je me garderai bien de parler de l'Amérique du Sud, pays que je ne connais pas, mais tout ce qui vient d'être dit ici pourrait s'appliquer mot pour mot au Canada. J'ai vu bien des voyageurs arriver dans ce pays: tout les désorientait dès le premier jour. A Montréal, quel accueil recevaient-ils?

C'est à peine si les principaux importateurs d'automobiles leur accordaient une entrevue. Certains agents même, qui ont fait il y a quelques années avec des maisons françaises des affaires importantes, se plaisent à brimer le nouveau venu et à lui faire payer les frais des erreurs commises jadis. Dirai-je que moi-même, en octobre 1912, à Toronto, où je voulais essayer de créer une sous-agence d'une maison dont j'avais l'agence générale pour tout le Canada, j'eus une grande difficulté à pénétrer dans le sanctuaire du représentant d'une des principales firms américaines. Le lundi à dix heures et demi du matin, je donnais ma car-

(2).—A Vulaine. La Science et la Vie. Mai 1913.

te à un employé qui me pria de revenir à deux heures. Exact au rendez-vous, je vis venir à moi une jeune sténographe; elle me dit simplement que M. X... n'avait pas de temps à perdre avec les représentants des maisons françaises... C'était une simple mise à la porte. Cela ne m'émut pas beaucoup et je déclarai désirer parler à ce X... si farouche. En vain montais-je la garde jusqu'à six heures. Rentré à l'hôtel, je dus écrire à cet ennemi de la machine française: il avait sans doute oublié que j'étais comme lui chef de maison; comme il m'envoyait souvent ses voyageurs pour me vendre des accessoires, les diverses compagnies dans lesquelles j'étais intéressé lui fermeraient dorénavant leurs portes puisqu'il était aussi grossier... Le lendemain je fus donc reçu: en vain pendant une heure plaidai-je avec chaleur, en vain essayai-je tous les moyens pour séduire mon adversaire. Son seul argument fut celui-ci, à la fin de la discussion: *"je ne mets pas en doute la valeur de vos machines. Je dis que je préfère vendre mes machines américaines et tous les bons agents seront comme moi. Je vous défie de trouver un bon représentant à Toronto. Vos maisons françaises nous ont traités insolemment jadis; à chacun son tour... Si je ne vous ai pas reçu toutefois, ce n'est pas par sentiment, c'est pour ne pas perdre de temps... Nous venons de discuter pendant une heure pour rien. Il me faudra deux ans d'effort pour "introduire" votre marque dans l'Ontario. Si je réussis et que je puisse alors vendre cent machines par an, votre maison ne pourra pas livrer. Jamais je ne ferai affaire avec une maison française tant qu'il n'y aura pas une demande réelle pour sa machine ici."*

Si, négociants établis depuis longtemps, chefs de maisons, connus d'un bout à l'autre du Canada, nous nous heurtons à des difficultés de ce genre, que voulez-vous que fasse le malheureux voyageur français de passage, inconnu? Désabusé très rapidement, convaincu qu'il ne fera pas la moindre vente durant tout son séjour, il prend vite le parti de transformer un voyage d'affaires en un voyage de tourisme pas trop désagréable: par esprit de devoir, il crée néanmoins quelque agence et bombarde représentant un chauffeur sans ouvrage... Allez-vous le blâmer? Un autre, mécontent de n'avoir pu conclure aucun marché et voyant une maison concurrente installée, vendre quelques machines, s'écriait dédaigneusement: "C'est beaucoup trop tôt pour vendre dans l'ouest canadien. Dans deux ans je vendrai ici tout ce que je voudrai." Trois ans ont passé: il n'a rien vendu et ne vendra rien... Sa maison aurait dû préparer sérieusement le terrain et maintenant elle pourrait songer à la récolte... Ces voyageurs d'une année, qui ne reviennent pas, ont été sans le vouloir très funestes au développement des affaires entre la France et le Canada. Ils ont souvent rapporté des impressions absolument fausses de leur voyage: bien des maisons se sont dit que le Canada n'était pas intéressant, que les habitants y avaient des goûts barbares, des exigences sottes... Voulant à tout prix établir un agent, certains voyageurs ont donné la re-

présentation de leurs maisons à des hommes qui n'étaient pas qualifiés pour vendre des automobiles. Et c'est ainsi que nous avons pu voir encore dans diverses villes canadiennes des automobiles de 1910 et 1911, n'ayant jamais roulé, vieillir dans des salles d'exposition où personne ne songe à les acheter...

Ce que dit M. Vulaine pour l'Amérique du Sud s'applique donc au Canada: à l'heure actuelle, les quelques maisons françaises ayant déjà fait affaire dans ce pays sont dans l'impossibilité la plus absolue de trouver un agent, j'entends par là un chef de maison responsable et capable, ayant des relations, pouvant lancer une marque. S'il en est ainsi, les maisons françaises ne doivent s'en prendre qu'à un esprit d'économie poussé trop loin (exception faite de l'usine Berliet, qui entretient à demeure depuis trois ans un voyageur). Tellement persuadées de la supériorité de leurs produits, supériorité dont je suis convaincu moi-même d'ailleurs, elles croient pouvoir imposer leurs méthodes et leurs exigences. Nous ne sommes plus en 1907 malheureusement. Tout cela, bien des gens l'ont dit et redit avant moi: beaucoup d'autres hélas, le rediront encore. Un des hommes les mieux disposés en faveur de tout ce qui est français, qui maintes fois a rendu service à nos jeunes compatriotes sans expérience venant chercher au Canada une facilité de vie que l'Europe n'offre plus qu'à quelques privilégiés, M. Raoul Dandurand, nous a souvent avertis : "*Vous vous êtes rendu compte que le commerçant français et le fabricant français ne semblent pas vouloir adopter les méthodes de leurs rivaux, en se répandant de par le monde pour y exposer leurs produits.*" (1) Homme très courtois, diplomate avisé, le Sénateur Dandurand s'est bien gardé de dire: "Vous devriez vous rendre compte..." Le résultat de ces erreurs, pour nous autres intéressés dans ces compagnies manufacturières d'automobiles, est celui-ci: ce Canadien très connu, admirateur sincère des produits français, qui, lors de la venue en 1913 du croiseur Descartes, trouvait au Club Mount Royal des mots délicats et éloquents pour la patrie française, promena nos officiers dans une automobile américaine, et c'est encore dans cette automobile américaine qu'il fit quelques mois plus tard son tour d'Europe, d'Algérie et d'Egypte... Allez-vous bondir et crier au scandale? D'abord, nous ne saurions nier, même au plus ardent ami de la France, le droit absolu d'acheter ses automobiles où il lui plaît. De plus, quelle belle réponse cet homme avisé pourrait vous faire. Et ne sommes-nous pas les coupables? Quand, à quelle époque, une manufacture européenne a-t-elle été organisée au Canada de telle manière que l'acheteur n'ait pas à craindre le lendemain... Nommez-nous la manufacture française pouvant prétendre avoir en mains ce que désirait cet acheteur: une machine six-cylindres de très fort pouvoir d'abord et ensuite l'absolue certitude d'avoir sur l'heure les pièces détachées en cas

(1) Discours à Paris, au Comité France Amérique.

d'accident... J'aime à citer ce cas, car si les amis incontestables de l'idée française en sont réduits à regretter le manque d'organisation de nos meilleures firms et à passer leurs commandes à nos concurrents, comment voulez-vous éviter que les indifférents ne dédaignent pas nos produits?

Voici donc dans quelles conditions les importateurs français ont à lutter aujourd'hui: vous étonnez-vous que peu à peu ils abandonnent le manufacturier de leur pays d'origine et fasse affaire avec les usines américaines? Les hommes que nous aurions dû, à tout prix, nous attacher, nous les avons lassés: ils sont maintenant, par la force des choses, non plus des indifférents, mais nos adversaires les plus acharnés. Avez-vous remarqué qu'en religion il n'y a pas de gens plus intransigeants que les nouveaux convertis? En affaires, il en est parfois de même. Tous ces hommes qui se sont heurtés à ces difficultés sans nombre dans lesquelles ils ont toujours laissé une partie de leur patrimoine sont maintenant des adversaires convaincus et acharnés de tout échange commercial entre la France et le Canada. N'avons-nous pas vu tout dernièrement l'un d'eux, alors qu'une firm française cherchait à créer un débouché à Montréal, démolir celle-ci en quelques heures et empêcher par ses arguments précis la formation d'une compagnie? Mauvais Français, direz-vous. Tel n'est pas mon avis. Il y a deux manières de considérer notre échec: la première est de constater avec amertume le refus du Canadien de mordre à notre pomme. La seconde est de bien analyser la situation, de reconnaître nos torts et pour faire cela, ne faut-il pas tout d'abord exposer ceux-ci?

Croiriez-vous par hasard qu'il est préférable de laisser recommencer une fois encore les erreurs commises? A quoi aboutirait une telle politique? A de nouvelles pertes de capital et d'argent, à de nouvelles plaintes de Canadiens contre les Français et réciproquement. C'est faire oeuvre saine que d'arrêter net ces nouvelles tentatives. Ce qu'il nous faut maintenant, c'est une organisation pouvant durer, bien charpentée et non pas de nombreuses éclosions d'enfants chétifs engendrés de parents malsains. Mieux vaut pour l'industrie française abandonner complètement le marché du Canada que rechercher celui-ci par des procédés dont le résultat ne peut être que l'échec.

En ce moment, l'industrie automobile française a contre elle au Canada le public et les agents. Pour réussir, elle devra donc les ramener à elle, entreprise longue, difficile, possible évidemment, mais qui demandera deux choses: beaucoup de capital et beaucoup de temps. Il lui faudra aussi des hommes dévoués et capables. Nous doutons qu'elle les trouve facilement. Les meilleurs, (1) ceux qui auraient pu le mieux lui aider,

(1).—Et au 1er rang de ceux-ci je dois citer M. Husson, directeur de la Franco American Auto Co. Si une compagnie française quelconque avait eu la bonne idée de s'attacher un homme de cette valeur, elle vendrait maintenant toutes les machines qu'elle voudrait dans la province de Québec. Mais tous les ennuis qu'il est possible à un homme d'avoir, M. Husson les a connus et, à l'heure actuelle, il a renoncé complètement au commerce de l'automobile

semblent être absolument décidés à refuser toute collaboration à une entreprise ayant pour but la vente des automobiles françaises. Ils n'ont pas de peine à trouver ailleurs la juste récompense de leur travail, plus de repos et de tranquillité.

C'est ce à quoi nous nous sommes décidé nous-même, après des efforts dont l'énergie serait difficilement dépassée. Nos amis canadiens sont évidemment décidés à n'acheter nos automobiles qu'après l'installation de succursales. Nous avons dû nous rendre à l'évidence et las de tant de promesses jamais réalisées, avons compris, un peu tard hélas, qu'ils nous considéraient comme une courbe dont ils étaient les asymptotes :

.....On désespère
Alors qu'on espère toujours.

Les maisons Américaines et Anglaises gagnent du terrain

Pour mieux étudier de quelle manière devraient être organisées les maisons françaises qui désireraient encore et malgré tout vendre des automobiles au Canada, prenons la peine de voir ce qu'ont fait nos concurrents si dangereux des Etats-Unis et aussi ce que sont entrain de faire les maisons britanniques.

Le succès des Etats-Unis au Canada n'a rien d'étrange en soi quand on pense que les deux pays sont séparés seulement par une ligne géographique imaginaire : si ce n'était le droit de 35% qu'ont à payer les automobiles de l'Oncle Sam, celles-ci au Canada pourraient se croire chez elles. Les types de tourisme et industriels qui se sont développés au sud de la frontière sont les mêmes qui doivent se développer au nord. Croyez-vous cependant que les Etats-Unis n'ont fait aucun effort pour augmenter leur chiffre d'affaires? Croyez-vous que les magnifiques résultats obtenus par eux soient seulement l'effet de la demande canadienne? Votre erreur serait grande: les Etats-Unis ont été admirablement aidés dans leur effort par leurs services de renseignements commerciaux. J'ai en mains plus de cent compte-rendus des consuls américains dans le monde entier sur les débouchés possibles pour les automobiles. Depuis cinq ans, les consuls américains au Canada n'ont fait que prendre des renseignements et faire des rapports parfois remarquables sur le genre de machine désirable, sur les moyens d'attaquer la clientèle. L'un des mieux documentés est celui du consul américain de Vancouver en 1910 expliquant, comme s'il avait été un homme de métier, la nécessité absolue d'avoir les pièces de rechange, les habitudes du public, les formalités de la douane, qui varient à l'infini, j'en parle par expérience, ayant dédouané des machines françaises et américaines de Montréal à Vancouver. (Vérité en deça des Pyrénées, erreur... disait Pascal; au Canada inutile de passer les Pyrénées.) Il expliquait même comment et pourquoi il fallait emballer de certaine manière si les automobiles avaient à prendre le bateau.

Citerai-je aussi certain rapport, de 1910 également, du consul américain de Winnipeg? Comme cet homme prévoyait la nécessité de cajoler le public canadien! Je pourrais aisément donner une cen-

taine d'exemples, mois par mois, année par année. Le service consulaire américain est bien certainement le mieux organisé que j'aie jamais vu, du moins en ce qui concerne les renseignements commerciaux. Nos négociants français ne sont malheureusement pas si bien partagés, non pas que la bonne volonté manque à nos consuls, mais ceux-ci sont très mal préparés à ce rôle de commerçants. Animés des meilleures intentions, que peuvent-ils dans l'ignorance où ils sont généralement de la langue anglaise et durant le peu de temps qu'on les laisse au même poste? De plus, ils ont sous leurs ordres un personnel insuffisant et doivent parfois perdre leur temps à des détails fastidieux de paperasserie administrative. Dans de pareilles conditions, nos consuls ne peuvent vraiment pas rendre au commerce français les services rendus par ceux de certains autres pays. Cela n'est pas leur faute et ils méritent nos compliments bien plus que nos reproches. Eux-mêmes seraient les premiers à applaudir à une réforme qui leur permettrait de consacrer leur temps à des besognes plus intéressantes et plus utiles. J'ajouterai aussi que fort souvent, des importateurs préfèrent ne pas se plaindre que passer par le Consulat: une plainte faite par un Consul perd son caractère purement commercial. (1).

Les Américains ont donc été de très bonne heure parfaitement informés de l'importance du marché canadien. Ils ont su profiter des renseignements et bien s'organiser: il y a quelques années, ils eurent à lutter contre les maisons françaises. C'était l'époque où les Canadiens ne juraient que par la mécanique française, payaient leurs automobiles à l'avance... Nous avons vu comment peu à peu l'industriel français perdit sa clientèle. L'Américain se garda bien de commettre pareilles fautes: il sut comprendre la nécessité absolue d'avoir en stock des pièces détachées. Si par hasard ces pièces manquaient, en peu de temps elles arrivaient de l'usine américaine. Ce n'est que par la force des choses, par l'insoucience des manufacturiers européens que le marché canadien est ainsi tombé entre les mains américaines. N'avons-nous pas vu l'an dernier l'ancien directeur d'une Compagnie qui importe des automobiles américaines fort chères, aller en Europe et en ramener une machine française? Quand on lui fait remarquer l'inconséquence apparente de sa conduite, il vous répond: "J'achète une machine française parce que je reconnais fort bien la supériorité de votre fabrication. Mais quant à conseiller à mes clients

(1).—M. Maurice Ajeam, le sympathique député de la Sarthe, écrivait il y a trois mois à peine: "Le Français, si frondeur en matière politique, est en matière économique, d'une déconcertante timidité. Les commerçants français se plaignent de difficultés avec les douanes, mais le malheur est que j'ai toutes les peines du monde à obtenir des faits précis."

M. Ajeam me permettra-t-il de lui dire que tout cela est sans doute l'histoire du pot de fer et du pot de terre?... La lassitude envahit les plus énergiques. Et pourtant la France, pays du bas de laine, n'a-t-elle pas en mains l'arme par excellence? Le jour où le capital français au lieu de se diriger au gré des vents, ne sera distribué aux pays étrangers qu'en proportion de leur chiffre d'affaires avec notre pays, bien des vexations cesseront.

d'en acheter une, jamais. Les pièces détachées manqueraient toujours, les livraisons auraient lieu avec plusieurs mois de retard. Je ne veux pas me faire d'ennemis. Si ma machine est cassée et que je ne puisse pas m'en servir pendant quelques semaines, moi seul aurai à en souffrir. Pareille chose arrivant à des machines que j'aurais vendues, mes clients me feront des reproches et je veux vivre en paix." Remarquons que cet homme a en mains la clientèle la plus riche de Montréal, qu'il a vendu pendant plusieur sannées des voitures françaises et que maintenant il est notre plus dangereux adversaire. Encore une fois, qui est coupable?

La machine américaine chère voit pourtant surgir un adversaire nouveau et qu'il ne lui faut pas dédaigner: la Grande-Bretagne a fini par comprendre l'erreur commise il y a quelques années et songe à rattraper le temps perdu. Ses importations augmentent d'une façon sensible. Je ne serais nullement étonné que d'ici cinq ou dix ans, la Grande-Bretagne ne dépasse les Etats-Unis dans la vente des automobiles de luxe au Canada. Deux marques déjà ont su se faire une large place: la Napier à Vancouver, la Woolseley à Toronto ont réussi à vendre plus de trois cents machines. Les Sunbeam, les Sheffield semblent vouloir les suivre. Comme véhicules industriels, les Albion, les Halley, les Thornycroft ont déjà une forte clientèle. La Grande-Bretagne est fortement aidée dans ses ventes par le tarif spécial dont elle jouit: nous payons 30%, les Etats-Unis paient 35%, mais la Grande-Bretagne ne paie que 22½%. Avec une telle différence de tarif, il y a beaucoup de chances pour que nos amis britanniques arrivent à battre les Américains pour la vente des machines chères. Cela n'est qu'une simple question d'organisation. Or, cette organisation, les habitants de la Grande-Bretagne la recherchent: à Toronto, en février 1913, je rencontrai un des leurs, M. W. G. Williams, envoyé par "The Society of Motor Manufacturers and Traders" de Londres, pour étudier les conditions du marché canadien. Je me rappelle le mot final de M. Williams, auquel j'expliquai le peu de succès des machines françaises au Canada et les raisons de l'insuccès européen ici en général. *"Nous avons voulu vendre des chapeaux de soie à des gens qui demandent des chapeaux de paille"*. Le mot était juste. M. Williams a, d'ailleurs, fait un rapport très long à la Société qui l'envoyait. Mes conclusions ne sont pas les siennes: les conditions ne sont-elles pas différentes pour le manufacturier français et pour son collègue de Grande-Bretagne?

M. Williams n'est pas le seul qui se soit occupé de l'amélioration des rapports entre Canadiens et Anglais dans le domaine de l'Automobile. Un homme, qui, par sa haute situation et par sa distinction personnelle, a une influence prépondérante, H. R. H. The Duke of Connaught, gouverneur-général du Canada à Ottawa, n'a pas craint de prendre en mains lui-même la direction du mouvement. C'est par ses

soins que l'an dernier, s'est réunie à Londres la conférence impériale des transports automobiles. Le duc de Connaught n'avait pas dédaigné d'ailleurs de faire une longue visite aux Salons de Montréal et d'Ottawa, s'entretenant avec les importateurs européens. Il s'était fort bien aperçu de la nécessité de faire subir aux châssis européens certaines modifications. Je crois d'ailleurs accomplir un devoir en disant ici que le Gouverneur-Général du Canada avait adressé une invitation à la Chambre de Commerce française de Montréal lui demandant d'envoyer un membre correspondant aux séances de la Conférence. Ne devons-nous pas, tout en remerciant nos confrères de Grande-Bretagne pour leur amabilité, admirer leur largeur de vues?

La Conférence Impériale des transports en automobile a fait du travail utile et un de ses résultats sera d'avoir décidé les Anglais à s'occuper davantage du Canada. Tout un plan méthodique de campagne a été dressé. The Motor Trader en a même donné les détails : ce plan ne sera pas le nôtre, mais cela n'a rien d'étonnant, nous verrons tout à l'heure pourquoi.

Non seulement les Anglais discutaient longuement les moyens de conquête du marché canadien, mais, alors que nos manufactures françaises reculaient devant les dépenses qu'aurait occasionnées un voyageur, des directeurs d'usines anglaises venaient au Canada. Ainsi, en 1913, M. A. McCormack, un des directeurs de la maison Woolseley, ne craignait pas de traverser l'océan. Je ne prétends pas que M. McCormack soit venu au Canada dans le seul but de visiter la succursale de Toronto; je sais fort bien que les intérêts de la Woolseley sont communs à ceux d'une importante aciérie dont il est directeur, mais il n'est pas douteux que la venue d'un homme aussi influent n'ait été une aide précieuse pour les représentants de Toronto.

Aidée par son tarif spécial de 22½% au lieu de 35%, la machine supérieure anglaise, maintenant que les Anglais s'organisent, a donc de sérieuses chances de succès au Canada. Certaines maisons anglaises ont déjà, dans plusieurs villes, de vraies succursales, où vous trouverez des pièces de rechange en nombre suffisant et pour chaque type de machine ainsi que des ouvriers venus l'usine.

C'est par une telle organisation, copiée sur celle qu'ont au Canada les grandes marques américaines sérieuses, que la machine anglaise va peu à peu s'implanter et réussir.

Ce mot "organisation", nous le répétons à satiété: est-ce inutile? Laissez-moi alors citer le Bulletin de la Chambre de Commerce française de juin 1894. *"Si les Cies de navigation créées jusqu'ici n'ont pas réussi à se maintenir, ce n'est pas que le fret leur fit défaut, mais bien plutôt qu'elles manquaient d'organisation ou que cette organisation était extrêmement défectueuse."* Cette même phrase, la Cham-

bre de Commerce pourrait la dire aujourd'hui : il n'y a donc pas qu'en exportations d'automobiles que la France manque d'organisation. Cela ne nous console pas toutefois : la Chambre syndicale d'Automobiles ne pourrait-elle pas discrètement mais sérieusement s'occuper de cette question ? (1)

---

(1) — Dans sa réunion mensuelle du 6 octobre 1913, cette Chambre, parmi les questions portées à l'ordre du jour, avait celles-ci : 2) Etude des moyens propres à développer le commerce français dans les colonies anglaises. 14) Communication de débouchés intéressants offerts à notre industrie à l'étranger. J'ignore quels résultats pratiques la discussion a donnés.

Cliché du journal "La Presse", (Montréal).
Le gouvernement a voté des sommes très importantes pour l'amélioration des chemins.—
(Un géomètre au travail).

Devons-nous tenter un effort sérieux ?

Le manufacturier français, s'il nous fait l'honneur de passer une heure à lire cette triste histoire d'un échec grave, doit bien comprendre maintenant les causes de cet échec. Il doit voir de suite qu'une clientèle aussi mécontente doit être terriblement méfiante et que pour regagner te terrain perdu il faudra énormément de travail. Cette clientèle vaut-elle l'effort suprême qui seul la ramènerait à nous? En un mot le nombre de machines que tel manufacturier pourrait espérer vendre serait-il suffisamment élevé pour justifier des frais d'installation qui seront importants?

Peut-être suis-je pessimiste: je ne crois pas en tout cas à la conquête possible du marché canadien par une firm française, pour la vente des automobiles de tourisme du moins. Certes, je crois que les machines américaines vont peu à peu se modifier et se rapprocher de la constructon européenne. Victoire pour nous à ce moment, allez-vous vous écrier! Erreur, hélas. Les maisons américaines auront tellement bien leur clientèle riche dans la main que, en 1919 pas plus qu'en 1914 nous ne pourrons rien faire. Peut-être une maison par hasard arrivera-t-elle à placer quelques machines: je doute fort qu'elle en vende suffisamment pour payer ses frais.

Mais si la voiture de tourisme ne doit pas nous donner beaucoup d'espoir, ne pouvons-nous rien tenter pour les véhicules industriels? Si les manufacturiers français ne font pas un effort réel, de longue haleine, de ce côté, ils commettront à mon avis une lourde faute. Le Canada est déjà un gros acheteur de camions: les Anglais le savent bien et s'organisent solidement pour y avoir un débouché assuré. Pourquoi nos constructeurs français ne feraient-ils pas de même. Ils construisent des camions de premier ordre, que les concours militaires ne peuvent qu'améliorer encore. Ce camion, qui passe partout, résisterait parfaitement—avec quelques petites modifications évidemment, par exemple dans la manière d'attacher le radiateur, etc., sur les routes canadiennes. Le Canada n'en construit pas encore et dans cette branche l'industrie locale est bien moins à craindre que dans l'automobile de luxe. Je crois même qu'un camion à quatre roues motrices, bien mis au point, se vendrait admirablement ici: la neige en hiver, rend en effet la circulation fort difficile pour un camion à deux roues motrices, en dépit des chaînes énormes que nous mettons autour des

roues. Les maisons françaises ont réellement tort de ne pas étudier de très près et maintenant même cette question des poids lourds au Canada: *c'est là qu'est l'avenir.*

Plusieurs personnes m'en ont déjà parlé d'ailleurs. En 1912 et dans les commencements de 1913 ,j'ai reçu diverses demandes de renseignements relatives à la formation d'une Cie d'autobus pour la ville de Montréal. Il nous a même été sérieusement affirmé par un voyageur français que telle maison avait reçu de la ville de Montréal une commande de cent autobus. Certaines personnes transforment si vite les rêves en réalités. Pour parler net, je serais enchanté de voir des autobus français rouler dans les rues de Montréal, mais je souhaite ardemment que les actionnaires de la Cie ne soient pas mes compatriotes. Nous avons déjà perdu suffisamment d'argent dans quelques malheureuses entreprises canadiennes sans aller en risquer encore dans de vraies aventures. Si ce n'eût été la présence d'un homme fort connu des Parisiens, M. Duncan McDonald, à la tête de la Cie d'autobus, dont tout le monde parle depuis si longtemps et qui sans doute ne verra jamais le jour, j'aurais cru à une plaisanterie. Quel ingénieur ayant, en plus du travail d'usine, l'habitude de la route et du personnel canadiens, a essayé de calculer les frais d'entretien d'autobus dans une ville comme Montréal? N'allez pas, je vous prie, nous jeter à la tête les résultats des Cies parisiennes, londonniennes ou berlinoises. Nous les connaissons fort bien. Je dis simplement: Montréal est une ville exceptionnelle. L'hiver d'abord y est fort long. La neige y tombe en quantité considérable. (Regardez à ce sujet les sommes dépensées chaque année par le Conseil municipal pour l'enlèvement de la neige). Pendant quatre mois de l'année, le service d'autobus serait complètement désorganisé. Même en été, il serait des plus difficiles : la ville n'est pas bien percée. Pour aller de Westmount à Maisonneuve par exemple, quelles routes prendrez-vous? Pendant un grande partie du trajet, (1) la rue Sherbrooke s'impose. Ensuite? Nous aurons le choix, c'est vrai, mais quelles difficultés à vaincre! Avec l'état des rues et l'obligation d'arriver et de partir à des heures fixes, le chiffre des réparation va être effrayant. Je me demande quel embrayage résistera. Car n'allez pas comparer un autobus à un camion, même plus lourd. Ce dernier a le choix des routes, des arrêts; peu importe s'il arrive quelques minutes en retard. Le conducteur n'a pas à s'inquiéter de ses voyageurs impatients. Son contremaître le dressera à démarrer progressivement, lentement. Appliquer ces sages recommandations à un autobus me paraît une impossibilité: ne raisonnons pas comme si nous avions des rues semblables à celles de New-York, Paris ou Londres. Considérons ce qu'elles sont à l'heure actuelle: j'ai vu depuis deux ans la rue Dorchester par exemple réparée plu-

(1) Les industriels intéressés par cette question n'auront qu'à demander à la ville de Montréal une copie du règlement No 453, relatif à la Cie d'autobus.

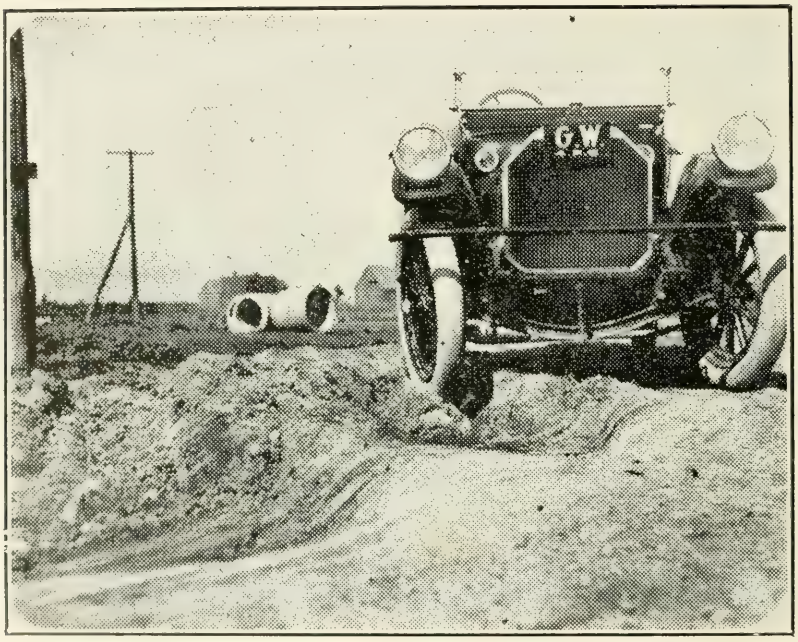
sieurs fois. De nombreux ouvriers y travaillaient. Passez-y miantenant: vous avez l'impression que votre automobile se promène sur les flots démontés de la grande bleue. Pauvre condition pour le travail normal de machines lourdes.

J'avoue que cette Cie d'autobus, dont on parle tous les jours, dont au fond personne ne connaît les secrets, m'intéresse énormément. Assurément si elle vit, si elle s'organise et achète des autobus, les manufacturiers français auront bien tort de ne pas chercher à lui vendre leurs châssis, mais s'ils doivent être payés en actions, qu'ils réfléchissent bien avant de s'engager.

Une autre entreprise qui, ce me semble, devrait rapporter, à Montréal,, serait une Cie de taxicabs. Mais la chose devrait être l'objet d'une étude particulière de la part des manufacturiers que la chose intéresserait. L'étudier ici serait doubler le nombre de pages de notre ouvrage.

Il me faut aussi attirer d'une manière toute particulière l'attention des manufacturiers français sur la possibilité qu'ils auraient à se créer un énorme débouché pour les balayeuses automobiles, les enleveuses d'ordures, les pompes à incendie. C'est avec un vif plaisir que nous avons vu au Salon de Montréal une balayeuse Duray-Soly: le public l'a beaucoup admirée et la ville de Montréal en a acheté trois. Il y a réellement un débouché intéressant pour les maisons françaises dans cette catégorie de voitures automobiles. Non seulement les grandes villes comme Montréal, Toronto, Vancouver se munissent de tels véhicules, mais Winnipeg, Calgary, Edmonton, Régina, Victoria et plus de cent autres petites villes sont prêtes à acheter.

Si malgré les difficultés, les manufacturiers français veulent combattre, quels seront donc les meilleurs moyens à employer: il est bien certain que le procédé d'avoir des agents serait une simple plaisanterie. Il faut songer à autre chose... Voyons quoi....



Cette photographie montre bien les raisons pour lesquelles les directions doivent être renforcées

Construire au Canada

Une des solutions qui paraîtrait la plus logique et que nous allons étudier serait celle-ci: construire au Canada. L'importante question des pièces détachées serait ainsi réglée. De plus on éviterait la taxe élevée de la douane. (30%).

La construction des automobiles française au Canada serait bien vue du public canadien. Plusieurs fois des capitalistes montréalais m'ont entretenu de ce projet et demandé mon avis: qu'il me soit permis de m'exprimer en toute liberté. Vouloir manufacturer au Canada une automobile supérieure de marque européenne, identique en tous points à celle fabriquée en Europe, c'est-à-dire finie dans les moindres détails, étudiée dans toutes ses pièces, mise au point à la française, est une erreur formidable. Il en sera ainsi pendant longtemps, toujours peut-être. Cela tient à des raisons diverses et une entreprise pareille serait vouée à l'échec. Elle serait la répétition de ce qui s'est passé aux Etats-Unis où toutes les tentatives de construction automobile à l'européenne ont donné de mauvais résultats. Nous ne les rappelerons pas toutes ici, mais nous mentionnerons seulement l'Alco, l'excellente Alco, qui vient tout dernièrement de fermer ses usines.

Je comprends fort bien que des capitalistes aient essayé de décider une maison française à établir une succursale au Canada: des terrains seraient vendus, une usine se construirait; il faudrait bâtir des logements pour plusieurs centaines d'ouvriers, bonne affaire pour quelques spéculateurs. Plus tard le gros des actionnaires supporterait les pertes, je n'ai pas le moindre doute à ce sujet.

Les raisons qui me font exprimer cette opinion sont de deux sortes:

La cherté de la vie. — La vie est très chère au Canada, tellement que le gouvernement a été obligé de nommer récemment une commission spéciale pour rechercher les causes de cette cherté. Ne nous faisons aucune illusion: cela ne peut changer. Les économistes, les politiciens, les amateurs aussi, nous ont expliqué les raisons de cette cherté extraordinaire de la vie. Nous devons remercier amateurs, politiciens et économistes, mais ne pas oublier qu'aucun d'eux ne peut changer la configuration géographique du Canada, son hiver très dur

de six mois et surtout sa largeur de cinq mille kilomètres qui rend si onéreux tous les transports.

Quoiqu'il en soit des raisons de cette cherté de la vie, le fait brutal à considérer est qu'il faudra donner de gros salaires aux ouvriers, deux fois supérieurs au moins à ceux payer en France. Or, nous autres qui sommes du métier et savons quel temps passent à l'ajustage et aux essais, nos mécaniciens dans nos grandes usines de France, nous pouvons conclure de suite: si nous payons nos ouvriers deux fois plus cher, nous ne pourrons pas leur laisser consacrer le même nombre d'heures à chaque moteur ou à chaque différentiel. Si nous voulons rigoureusement employer nos procédés français, lents et excellents, nous verrons vite que le prix de revient de la machine est singulièrement élevé. Au bout de peu de temps, nous serons fatalement amenés à exiger de nos ouvriers un travail beaucoup plus rapide, "à l'américaine". Avec cette exigence finira l'excellence de la fabrication.

Le manque d'ouvriers de premier ordre. (1) — Le Canada n'a encore qu'un nombre très restreint d'ouvriers de premier ordre. Où ceux-ci, en effet, se seraient-ils formés? En Europe, depuis vingt ans nous avons des usines d'automobiles. Depuis bien plus longtemps nous avons des apprentis et des écoles de toutes sortes pour les jeunes ouvriers. Au Canada, la fabrication est encore très restreinte et a surtout en vue, fort sagement, la fabrication bon marché ou de prix moyen, c'est-à-dire celle qui n'exige pas les mêmes connaissances de l'ouvrier. Telle usine a pu vouloir essayer la vente de la machine chère, prétendant fabriquer une automobile de qualité égale à celle des meilleurs machines européennes: la chose a été sur le point de très mal tourner. Ses actions émises à cent dollars, sont tombées à 10 courant 1913 et sont encore — mai 1914 — à ce même prix. Si ce n'eût été l'énergie toute américaine de ses directeurs et peut-être aussi une question de patriotisme, l'affaire eût été probablement une faillite de plus.

Nous avons encore pu voir en 1912 et 1913 un essai de construction de machine soi-disant supérieure au Canada. Bien annoncée, à grand fracas comme il convient dans ce pays où, sans vider le dictionnaire des adjectifs, il est nécessaire d'y faire au moins de gros emprunts, — cette machine présentée comme issue d'un cerveau français eut un grand succès tout d'abord. Elle était fort séduisante, mais vécut, elle aussi, ce que vivent les roses: il ne suffit pas de s'adresser à un ingénieur formé à la bonne école, il faut aussi des matériaux de premier ordre. Ce fut un insuccès de plus et au Salon de Montréal de 1914, qui vient de fermer, nous vîmes la même maison présenter une machine entièrement différente et très bon marché.

(1) — Lire la Revue économique canadienne de mai 1913 "L'Indépendance économique du Canada français."

Nous devons bien le dire: la mécanicien d'automobiles n'existe pour ainsi dire pas au Canada. Dans de grandes villes comme Montréal ou Toronto on peut aisément citer les mécaniciens de premier ordre. Le plus souvent le mécanicien d'automobile est un garçon intelligent qui s'est un jour improvisé chauffeur. Peu à peu il a appris seul le métier de mécanicien et débrouillard par tempérament, s'est rait apprécier dans un garage où il est resté. Il s'est donc formé lui-même, avec toutes les qualités, mais aussi les défauts sérieux, des gens qui ont été leurs propres maîtres.

La classe dirigeante du Canada sait fort bien ces choses et en disant cela je crois être sûr de ne pas offenser mes excellents amis canadiens. "Qu'un ami véritable est une douce chose." Certains manufacturiers d'ailleurs sont bien de mon avis. Le gouvernement de la province de Québec, (1) se rendant très bien compte de la situation et comprenant la nécessité d'avoir des ouvriers de premier ordre pour pouvoir transformer ce pays agricole en pays industriel, le gouvernement de la province de Québec, comme celui des autres provinces canadiennes, a construit des écoles splendides, engagé des maîtres compétents, Français souvent. Les Chambres de Commerce canadiennes soutiennent ces écoles. Mais malgré tant de réels efforts, les élèves ne sont pas encore assez nombreux: dans un pays neuf, on ne peut à coups de décrets, bouleverser toutes les habitudes. Comme le disait le maître Duruy, ce n'est que par le travail des années que s'accomplit dans les foules ce qui est pendant longtemps le rêve des hommes supérieurs... La facilité avec laquelle des jeunes gens ont pu, pendant quelques années, gagner de l'argent par la seule hausse du prix des terrains, n'a pas encouragé le travail et l'étude. Les écoles créées par un gouvernement actif et prévoyant n'ont pas encore assez d'élèves. Nos manufacturiers d'automobiles ne pourront que dans un vingtaine d'années, quand beaucoup de promotions seront sorties de l'Ecole Technique (2) et autres écoles semblables, trouver sur place les ouvriers nécessaires à la construction de ces châssis français si nettement conçus et si adroitement exécutés et que l'on a tant admirés—mais hélas pas achetés—à certains Salons de Montréal et à Toronto.

(1).—Le premier ministre de la province de Québec, Sir Lomer Gouin, est d'ailleurs animé des meilleurs sentiments à l'égard de la France. Je l'ai entendu parler de la "Terre ancestrale" avec une émotion évidemment vraie. Dès 1905 (banquet au Windsor le 11 décembre), il déclarait "avoir fait de l'instruction, comme ministre, le premier objet de son administration, le premier souci de sa vie et le but de tous ses efforts. L'éducation, a-t-il ajouté, est la plus importante de toutes les questions politiques, économiques et sociales". Tout récemment, février 1914, il disait encore: "Personne ne devrait nous reprocher les sacrifices que nous faisons pour élever le niveau intellectuel des nôtres. C'est un devoir qui incombe au gouvernement et nous ne devons pas nous y soustraire."

(2).—Cette Ecole correspond à nos écoles d'arts et métiers. Il serait injuste de ne pas mentionner ici le nom de M. Macheras, qui la dirige avec une compétence indiscutable et le plus grand dévouement. Peu de personnes peuvent apprécier le travail exécuté par cet homme dans ce pays où l'organisation de l'enseignement technique était à créer entièrement.

Il faudra donc faire venir de France les ouvriers; la chose n'est pas pratique. L'expérience a été tentée aux Etats-Unis. J'ai eu moi-même à diriger des ouvriers européens, au Canada: j'affirme hautement que faire venir des ouvriers d'Europe n'est pas une solution.

Au Canada d'ailleurs, peu de personnes se rendent compte des difficultés que soulève la construction des machines supérieures. Des carrossiers, croyant pouvoir gagner de l'argent en fabricant des automobiles, m'expliquaient un jour comment ils allaient procéder. L'un d'eux m'assure qu'en embauchant les Galiciens et Tchèques, incultes et nombreux au Canada, où ils sont toujours employés aux travaux de terrassements, il arriverait en huit jours à en faire des ouvriers de premier ordre... Que diraient nos constructeurs de telles théories?

Un autre m'expliquait avoir bâti *la meilleure automobile* du monde. Pour arriver à ce résultat peu banal, il avait acheté chez X.. le *meilleur* moteur, chez Y.. la *meilleure* transmission, chez Z.. *le meilleur pont arrière,* le tout choisi par un mécanicien et assemblé dans une salle quelconque, sans banc d'essai. Trois ou quatre vitesses? Progression géométrique ou arithmétique ou rapport quelconque? Vitesses angulaires, haute ou moyenne compression, tout cela n'a aucune importance et n'est bon que pour les rêveurs comme nos Faroux et nos Féron... Du moment que les différentes pièces ont été achetées chacune chez le meilleur fournisseur, à quoi bon les essais sérieux et à quoi bon avoir un cerveau directeur? Tout cela ne convient qu'aux Européens, si lents, "so slow"... Si j'ajoute qu'une Cie a été sur le point de se tormer pour exploiter en grand cet assemblage bizarre baptisé du nom de machine supérieure, on se sent passer un frisson. De telles théories n'expliqueraient-elles pas en partie certaines faillites récentes de maisons canadiennes?

Le Canada n'est donc pas mûr pour la fabrication d'automobiles de luxe. Par contre, je le crois capable de fabriquer fort bien et avec profit des machines légères et bon marché. Cela ne doit en tout cas pas intéresser les industriels ou les capitalistes français. Là, les Américains sont nos maîtres et, je crois, le resteront: ils sont admirablement outillés pour la production rapide et leurs ouvriers excellent dans ce genre de travail.

Pour achever de convaincre mes compatriotes de l'inutilité de tenter la construction au Canada, dirai-je encore que l'an dernier j'ai calculé, d'une manière très consciencieuse, à l'aide de documents qu'avaient bien voulu me confier deux maisons, l'économie que l'on réaliserait à fabriquer au Canada des automobiles telles que celles de nos grandes marques françaises Delaunay, Panhard, Schneider, Renault, etc.? Je suis arrivé à ce résultat surprenant: une automobile ou plutôt un châssis d'une quelconque de ces marques, à supposer que nous mettions, comme disent les physiciens, toutes choses égales, revien-

drait, fabriquée au Canada à 10 ou 12% de plus que si nous l'achetions en Europe et payions la douane et le transport.

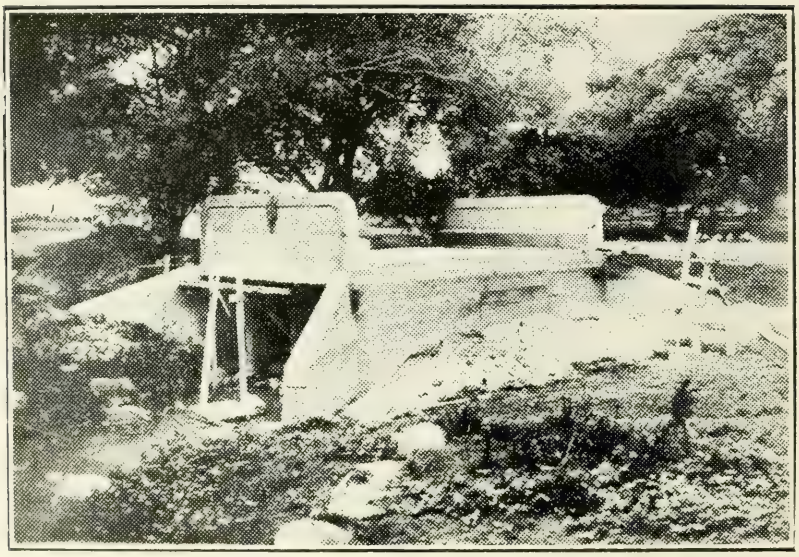
A priori la chose semble impossible: la réflexion nous amène à voir qu'elle est naturelle. J'ai visité plusieurs grandes usines américaines et ai été frappé de la rapidité du montage. Je ne critique d'ailleurs pas cette rapidité et ne prétends pas que le travail américain ne vaille rien: je dis au contraire qu'il produit des machines excellentes, mais différentes des nôtres, peut-être appropriées aux routes dures, mais que le travail mécanique américain ne peut pas supporter la comparaison avec le travail européen. La royauté américaine devrait s'exercer seulement dans le domaine des machines de prix moyen et de celles bon marché, mais jamais dans celui de la voiture de luxe.

Au Canada, cette royauté s'exerce pourtant maintenant dans tous les genres de machines: elle commence à agacer certains Canadiens. A l'occasion du Salon de l'Automobile de Montréal de 1914, un journal remarquant l'importance des achats faits en 1913 aux Etats-Unis constatait que l'industrie automobile canadienne n'était pas en excellente santé. Il déclarait que le tarif douanier était insuffisant et semblait demander timidement une augmentation: un droit de 35% protège pourtant déjà l'industrie canadienne contre ses voisins. Si avec un tarif aussi élevé un pays ne peut pas se défendre, c'est évidemment qu'il y a quelque chose de défectueux dans son organisation économique. Pour apporter une amélioration sensible à cet état de choses, il faudrait, comme nous venons de le dire, que le Canada pût trouver de suite un nombre plus grand de bons ouvriers et les avoir à des salaires moins élevés. Il faudrait aussi que l'industriel ne lançât jamais sur le marché un châssis qui ne fût pas mis au point: mais cela prendrait du temps, coûterait très cher, beaucoup plus cher qu'en Europe,. Comme je me place en ce moment au point de vue français seulement, je conclus donc que mieux vaut encore faire ces études en Europe.

On m'a fait aussi remarquer qu'il serait possible d expédier de France les pièces détachées et d'effectuer l'assemblage au Canada. Pour qu'un travail semblable donnât satisfaction, il ressort de ce que nous venons de dire qu'il faudrait auparavant effectuer le véritable montage en France. Le châssis fini serait alors démonté et envoyé comme pièces détachées. La douane se prêterait-elle à cette supercherie? J'en doute fort. Si même elle fermait les yeux, l'économie réalisée—2½%—ne compenserait pas, je crois, les frais occasionnés par un démontage complet en France et un remontage à l'arrivée.

La construction des automobiles françaises au Canada n'est donc pas pratique: seuls les promoteurs de l'affaire pourraient en retirer quelques profits, à condition qu'ils fussent capables de se décharger de leur stock d'actions peu après l'organisation de la Cie.

Nous allons donc chercher d'autres moyens d'action sur ce marché rebelle et cependant si intéressant.



Cliché dû à l'obligeance du journal "Le Devoir", de Montréal.
Le lecteur comprendra la nécessité d'avoir une machine haute.

Moyens à employer

Les Anglais ayant étudié sérieusement les moyens de conquête du Canada, tout dernièrement d'ailleurs et, je crois pouvoir le dire, devancés par nous-même en ceci, examinons leurs conclusions (1): Installation d'une véritable succursale à Toronto, avec garage bien monté, pièces de rechange en abondance, mécaniciens venus de l'usine. Tout cela concorde avec ce que j'ai préconisé moi-même dès 1910. Toutefois ils demandent l'installation de petites succursales dans les principales villes du "Dominion". J'avoue ne plus être d'accord avec eux: certaine manufacture a déjà essayé la chose, qui n'a pas bien réussi. Seule la McLaughlin, (connue en France sous le nom de Buick) semble s'être bien trouvée de cette solution. Mais la Buick est une machine très bon marché: cette firm peut donc arriver à faire un chiffre d'affaires suffisant dans toutes les provinces du Canada pour qu'une des succursales ne soit pas une cause de perte pour la maison-mère. Une manufacture vendant une machine de prix élevé — du moins une maison française — perdrait sûrement de l'argent avec un tel système de succursales.

Les Anglais proposent encore l'entente de plusieurs maisons pour bâtir un garage à frais communs; le directeur aurait sous ses ordres des vendeurs représentants de chacune des firms formant la compagnie. Un de nos agents consulaires les plus sympathiques, qui est en même temps un négociant de valeur, M. Rochereau de la Sablière, m'exprimait déjà la même idée en 1911, à Toronto: j'avoue ne pas partager cet avis. Toutefois la chose mérite d'être étudiée; peut-être les obstacles ne sont-ils pas insurmontables

Je dirai encore autre chose: alors que tout naturellement les Anglais placent leur centre principal à Toronto, une maison française aura à hésiter. Montréal est au coeur d'une province où la langue française est parlée par deux millions d'individus. Montréal est une ville où un groupe très important de Canadiens-français, qui nous boudent en ce moment, ne demandent qu'à être ramenés dans le sentier de la Vérité: à nos manufacturiers de savoir leur envoyer les bons pasteurs. Mais ils devront abandonner cette vieille idée que le Canada garde à la France un souvenir filial, ému et reconnaissant. Reconnaissant? Pourquoi? Descendons

(1).—The Motor Trader.—31 décembre 1913.

en nous-mêmes. Les Canadiens n'ont-ils pas lutté avec énergie, voici cent soixante ans et ne les avons-nous pas abandonnés? Et cette province de Québec, que nous appelons à tort la Nouvelle-France, qui n'a pas eu la Révolution, est bien loin d'admirer la France d'aujourd'hui. Elle la connaît d'ailleurs peu, même quand elle est convaincue la connaître. Il y a entre les deux peuples comme un malentendu général. Oser le dire est presque un crime: cependant c'est cela que chacun murmure des deux côtés de l'Océan. Dissiper ce malentendu, tenir compte des exigences des Canadiens, prouver à ceux-ci que les erreurs du passé ne se renouvelleront plus, voici ce que devront faire tout d'abord les organisateurs d'une affaire nouvelle. Les ventes seront certainement difficiles pendant deux ou trois ans: il sera probablement nécessaire de savoir borner ses ambitions et de concentrer ses efforts dans la province de Québec. Montréal comprend d'ailleurs un nombre intéressant de Canadiens-français ayant de l'argent et capables de s'offrir une machine de luxe.

Toutefois, de Montréal, il sera difficile de vendre dans les autres provinces du Canada. Dans la province de Québec, nous voyons rarement les Canadiens anglais et français dans les mêmes groupements. "Quels sont les sentiments des Canadiens-français vis-à-vis des Canadiens-anglais? Ce n'est pas de la sympathie, ce n'est pas de l'estime; c'est peut-être de l'admiration. Ce n'est sûrement pas de l'amitié. Ils ont vécu trop près les uns des autres; ils ont trop souvent opposé leurs moeurs, leurs habitudes différentes pour vivre dans une atmosphère de cordialité. Ils sont corrects les uns en face des autres, pas plus." (3)

Rarement un écrivain a mieux défini la situation: nous concluons à la nécessité de deux administrations différentes, une s'occupant du Canada français, et l'autre du Canada anglais. La chose me paraît fort difficile, d'autant que je n'admets pas, si nous voulons la réussite sur ce champ de bataille si éloigné, l'emploi d'un personnel médiocre. Je crois au contraire à l'absolue nécessité d'employer des hommes d'affaires de premier ordre. Un garage entraînera une importante mise de fonds.

Avoir le tout en double est une impossibilité. Nous sommes donc de suite amenés à choisir: voulons-nous la province de Québec ou voulons-nous les provinces anglaises? A mon avis, commencez la conquête de la province de Québec d'abord; dans deux ou trois ans, quand vous serez solidement établis, vous n'aurez pas de peine à trouver de bons agents dans les grands centres.

Avec une solide organisation, une maison française eût fait des affaires à Montréal. Le public canadien ne se fût pas montré rebelle et nous n'aurions pas à déplorer ce que j'ai vu en février 1914: des machines françaises de tout premier ordre, de différentes marques, empilées depuis des mois (certaines depuis trois ans) dans des entrepôts publics

(3).—A. Siegfried, Conférence à l'Ecole des Sciences politiques.—30-1-1911.

où elles ne peuvent trouver acheteur. Si nos automobiles étaient ainsi dédaignées, ce n'était pas tant, par suite de la crise monétaire: c'était bien plutôt parce que l'acheteur possible voulait être sûr qu'en cas d'accident il aurait, au Canada même, la pièce détachée nécessaire à la réparation. J'ai moi-même manqué des ventes pour n'avoir pas voulu signer des contrats par lesquels je me serais engagé à payer une indemnité de $20 par jour dans le cas où la machine que j'aurais vendue, se serait trouvée immobilisée par suite de la rupture d'une pièce pour une raison quelconque. Si, au lieu d'être un agent, j'avais été un directeur de succursale réelle, logiquement organisée, que m'eût importé de signer un tel contrat? N'aurais-je pas eu en stock toutes les pièces nécessaires!... Le Canadien alors achète ailleurs: il va à Packard, il va à Pierce Arrow, qui ont su s'organiser. Ces marques maintenant se vendent au Canada pour ainsi dire sans travail des vendeurs: les actionnaires des compagnies locales qui ont l'agence, tous pris parmi les gens riches et influents, sont leur meilleure réclame. Souvent vous trouverez parmi eux des hommes qui se disent les amis de la France, le plus désireux d'améliorer les relations commerciales entre ce pays et le Canada. En attendant, ce sont eux qui nous font le plus de mal et entravent nos ventes. L'inexorable logique des choses, là aussi, les a contraints à être nos adversaires. Nous avons donc eu bien tort de négliger le Canadien-français: il aime le luxe, achète facilement. M. Jules Siegfried sut fort bien, en 1908, mettre en relief son caractère. "Le Canadien qui fait des bénéfices n'est pas du nombre des gens qui cherchent à s'enrichir par l'épargne plus que par l'activité. Malgré les réserves importantes des banques et caisses d'épargne, il est notoire que les Canadiens gagnant beaucoup dépensent beaucoup. Ils n'aiment pas les privations et, comme les Américains, tiennent à la vie large et travaillent davantage pour mettre leurs ressources à hauteur de leurs dépenses. C'est toute la psychologie des pays nouveaux et à cet égard les Canadiens, même les Canadiens-français, sont devenus les citoyens d'un pays vraiment nouveau... Il y a donc au Canada des gens qui désirent acheter, excellente condition pour ceux qui désirent vendre et particulièrement pour nous Français qui ne sommes pas *là-bas des étrangers ordinaires.*"

A Montréal donc, la firm française désireuse de se créer un débouché important et de faire des affaires suivies, devra être organisée sur les bases indiquées plus haut. D'ailleurs les manufacturiers français, dans tous les genres d'industrie, ayant réussi au Canada, ont précisément employé des méthodes analogues: un exemple remarquable de belle réussite est la maison de gants Perrin, de Grenoble. Celle-ci s'est montrée audacieuse: au lieu de laisser son commerce au Canada entre les mains d'un agent, elle s'est installée elle-même dans de grands magasins, a formé tout un personnel. Que demain un employé quelconque meure ou tombe malade, peu importe: automatiquement, il sera remplacé. Tou-

jours la même ligne de conduite; pas de flottement. Les résultats obtenus sont en conséquence magnifiques. Supposez qu'au lieu d'agir ainsi, cette maison ait fait ce que font les manufacturiers d'automobiles et laissé son commerce entre les mains d'agents: depuis longtemps ceux-ci se seraient rebutés. Chacun d'eux aurait perdu un peu ou beaucoup d'argent et maintenant sans doute la marque ne serait même plus représentée. Il n'est cependant pas aussi aisé de vendre une automobile qu'une paire de gants. Celle-ci craque-t-elle, l'acheteur perd au maximum deux dollars; que devient-il quand son automobile, par suite de la rupture d'une pièce, est immobilisée pendant des mois? Organisez-vous donc, comme vous le faites souvent en France d'ailleurs, où vous avez de belles succursales dans diverses grandes villes. Sans doute aurez-vous quelque difficulté à trouver un personnel dévoué et compétent. Les bons vendeurs ne viendront pas au manufacturier français; ne voyant pas chez lui un avenir sûr, ils préfèreront sans doute garder leurs places dans les maisons américaines. Vous risquerez d'avoir, comme vendeurs, des chauffeurs en rupture de volant, mauvaise condition pour écouler une marchandise de luxe.

Comme directeurs, il faudra des Français: un étranger ne défendra probablement pas avec la même énergie—et il en faudra de l'énergie, soyez-en sûrs, — les intérêts français. Peut-être ne seront-ils pas très faciles à trouver. Nouvellement venus de France, ils vous rendront peu de services, seront dépaysés pendant deux ou trois ans et plairont médiocrement aux Canadiens. Sur place, les gens capables seront occupés ailleurs et ne se jetteront pas à votre tête. Ceux d'entre eux qui auront une expérience réelle se méfieront, ne voulant pas courir de nouveaux risques. Le Canada est en effet un pays redoutable pour les veules, mais il offre toujours de sérieux avantages aux énergiques et aux consciencieux: l'homme de valeur y est rarement en quête d'une place. Il faudra le bien payer.

Songeons encore qu'à l'heure actuelle les automobiles de tourisme se vendent rarement comptant. Il faut en attendre le paiement plusieurs mois, c'est-à-dire que les réserves en banque doivent être importantes et ces réserves devront être trouvées en France, où l'argent peut être obtenu à bon compte, tandis que le banquier de Montréal vous demandera un intérêt de 7%. De plus vous aurez votre personnel, vos impôts à payer. A vrai dire, je ne crois pas à la possibilité pour une maison française de faire au Canada des affaires rapportant un bénéfice avant au moins deux ans de séjour, dans le *commerce des automobiles de luxe* du moins.

Le poids lourd aurait-il plus de succès? Je le crois. Il est certain que nos camions trouveraient un débouché très important au Canada s'ils étaient bien présentés. Si je devais rechercher une agence ou monter

une affaire dans ce genre de commerce, j'étudierais de façon toute spéciale les véhicules à adhérence totale. J'ai la conviction que là est l'avenir pour le poids lourd au Canada. Les camions ordinaires sont bloqués pendant quelques mois, par suite de la neige. Si vous les sortez en hiver, vous les massacrez: maintes et maintes fois, j'en ai vu en panne pendant vingt minutes et plus dans des côtes de deux pour cent à peine, malgré de grosses chaînes aux roues arrière. Le bloquage à volonté du différentiel donnerait déjà de meilleurs résultats, mais cela ne vaudrait pas l'adhérence totale.

La ville de Montréal, qui, l'an dernier, avait acheté douze camions américains, a récemment passé une commande de treize nouveaux à deux usines françaises. Ne crions cependant pas au succès. Les personnes au courant de tous les détails de l'affaire doivent regretter au contraire que cette commande ait été mal accueillie par le public montréalais. J'en ai parlé ailleurs (Le Poids Lourd) et noté les discussions auxquelles elle avait donné lieu. Le maire, M. Martin, en déclarant en termes catégoriques, qu'il eût été préférable de se pourvoir de camions américains, dont toutes les pièces de rechange sont ici même ou en tout cas peuvent être obtenues en vingt-quatre heures, n'a fait qu'exprimer tout haut ce que chacun pensait tout bas. L'occasion est donc offerte aux usines françaises favorisées, de relever notre prestige national en s'installant à Montréal pour donner satisfaction aux légitimes exigences du public canadien.

Si ces maisons n'écoutent pas notre appel désintéressé, leur succès sera sans lendemain. Il ne faudra plus s'étonner de voir notre chiffre d'exportation diminuer de façon que certains spécialistes français disent être inquiétante. Car évidemment, les erreurs commises au Canada ont dû l'être ailleurs. D'ailleurs, nous ne sommes pas les seuls à signaler le danger.

"L'état du commerce international de la France est de nature à faire réfléchir. Naguère on considérait le marché français comme inaccessible aux constructeurs étrangers et l'on regardait les automobiles étrangères roulant en France comme une curiosité. Notre exportation par contre était nettement supérieure à celle des autres pays. Aujourd'hui, nous avons des rivaux acharnés qui, non contents de battre en brèche notre exportation, parviennent à remporter chez nous de véritables succès. Devons-nous incriminer les méthodes commerciales de nos constructeurs? Quelques maisons passent à l'étranger pour avoir conservé des méthodes archaïques dans leurs rapports avec leurs clients. Elles devront s'efforcer de démontrer qu'il n'en est rien. Naguère, le client, prisonnier d'une marque, était bien forcé de tout accepter. Aujourd'hui il s'évade et il a raison. Il fuit le vendeur autoritaire, le constructeur arrogant, l'agent intransigeant." (1)

---

(1).—E. Pepinster—Omnia—No 404.

Certes les constructeurs pourraient nous répondre que nous poussons tout au noir, qu'en définitive ils donnent de bons dividendes à leurs actionnaires, en fin d'année. Que leur importe le Canada? Cependant, au cours de voyages que j'ai faits de Montréal à Vancouver entre le 15 et le 25 septembre 1913 et en mars 1914, j'ai eu en mains, dans deux centres importants de l'Ouest, tout le courrier de certaines manufactures et non des moindres: elles mettaient quelque ardeur à convaincre des agents que leurs produits étaient excellents, qu'ils ne pourraient mieux faire en acceptant de traiter avec elles. L'une d'elles disait même avoir fait de très bonnes affaires à Montréal: elle oubliait toutefois d'avouer que depuis quatre ans, elle n'avait rien vendu. Mais, n'est-il pas curieux, ce fait que sept maisons françaises, dont certaines, de premier ordre, essayaient encore, tout récemment, de faire des affaires dans l'ouest du Canada après leur échec dans l'Est? Ne vaudrait-il pas mieux que ces maisons se renseignent sur les causes vraies de leur échec précédent?

Je me permettrai encore une citation, car, je le crains, la voix du bon sens n'est pas suffisamment écoutée en France. En 1904, M. Méline disait ceci:

"Pour être plus sûrs du succès, nous devrions choisir certains pays où la France est sûre de trouver de chaudes sympathies, plus que des sympathies même, de véritables sentiments anciens et profonds, qui ne demandent qu'à se manifester. Au premier rang de ceux-là, il faut placer toutes les nations où le drapeau français a flotté autrefois, où la race française a poussé elle-même de profondes racines et qui nous oublient moins que nous les oublions.

"On nous reproche avec juste raison de trop nous désintéresser de notre passé et de ne rien faire pour resserrer les liens qui sont encore très forts en dépit de notre apathique indifférence. Or, il est sûr que le meilleur moyen, pour renouer la chaîne des temps, serait d'établir de solides relations commerciales avec ces compatriotes et amis d'outremer qui pourraient devenir pour nous une si bonne, une si riche clientèle.

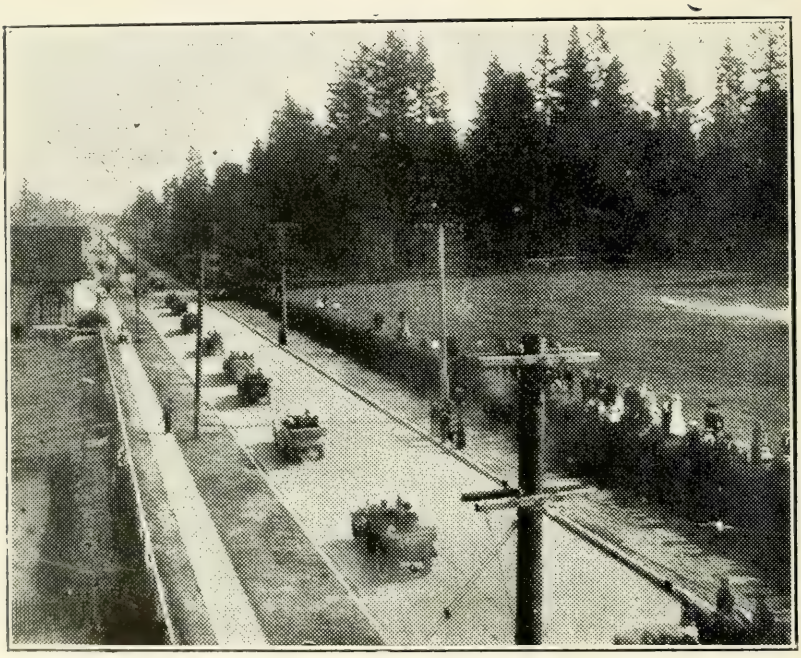
"Voilà le Canada par exemple, où la colonie française est si forte, si homogène, que malgré son loyalisme, elle forme une petite France à part.

"Ces Français d'Amérique sont fiers d'être aujourd'hui trois millions (dont un tiers émigré aux Etats-Unis), tous descendants de 60,000 émigrants du "vieux pays", une race qui se multiplie ainsi, n'est-elle pas une race d'avenir à qui sont permises toutes les ambitions?

"Est-il donc impossible de reprendre contact avec des populations qui ont du sang français dans les veines, qui ont le goût français et qui doivent rechercher d'instinct les produits qui ont un cachet artistique?

"Pour commencer nos relations avec elles, nous devons envoyer en avant-garde nos capitaux d'abord et multiplier les entreprises financières, créer des lignes de navigation régulières et directes entre la France et le Canada."

Voici dix ans que ces lignes ont été écrites. Qu'avons-nous fait depuis lors? Certes des efforts individuels en quantité, mais ces efforts sont voués à l'insuccès: le Canada est un morceau trop gros pour un homme, quel que soit l'appétit de celui-ci. L'organisation collective y est nécessaire: nos industriels le comprendront-ils enfin?



Cliché du journal "Le Canada".

Une des nouvelles routes dernièrement construites par le gouvernement canadien : ces routes sont magnifiques. Les Canadiens espèrent en avoir beaucoup de semblables d'ici dix ans.

Conclusion

Quelles conclusions tirerons-nous de ce long exposé? Connaissant peut-être mieux les conditions du marché canadien, maintenant qu'elles auront été expliquées non pas par un touriste mais par un homme du métier, les maisons françaises vont-elles vraiment s'organiser, former des compagnies et installer une succursale à Toronto ou Montréal? Doivent-elles faire cela? Leur conseilleriez-vous de le faire me demanderat-on? Le silence est d'or. Des sommes importantes ont été déjà perdues dans le commerce automobile au Canada. Les maisons françaises devront bien réfléchir avant de s'engager. Qu'au dédain très sot ne succède pas l'enthousiasme trop vif : *In vitium ducit culpae fuga.*

Nous pourrions aussi demander si les fautes énormes commises au Canada ne l'ont été que dans ce pays. Répétées, elles amèneraient partout les mêmes réactions. Dans dix ans peut-être, un publiciste écrira sur l'Amérique du Sud ce que je viens d'écrire du Canada. J'ignore complètement l'Amérique du Sud, mais je connais très bien celle du Nord. Je sais bien que les Etats-Unis n'ont encore jamais fait des efforts sérieux—ceux que l'on fait froidement, longuement, quand on a la volonté de vaincre — pour s'emparer du marché sud-américain. Que l'industriel français ait le courage de se le dire. : la bataille commerciale n'a pas commencé dans l'Amérique du Sud. Les Etats-Unis n'ont pas encore dirigé leur énergie vers le Brésil, la République Argentine, le Chili. Le Canada, tout proche, dont ils comprennent le grand avenir, a absorbé jusqu'ici leur attention, mais menacés dans ce pays par la Grande-Bretagne, qui, nous l'avons vu, tend à s'y faire une large place, ils vont peu à peu diriger leurs efforts d'un autre côté, cherchant des débouchés en dehors des colonies anglaises. Contre qui auront-ils à lutter alors, sinon contre le manufacturier français?

A l'heure actuelle ,ce dernier a une tendance fâcheuse à sourire de la mécanique américaine. "Cela n'est pas de la mécanique" me disait, il y a quelques mois à peine, un industriel des plus connus. Etrange erreur. Sans doute, l'automobile américaine, même de prix élevé, a, pour nos yeux plus habitués au simple et au beau, quelque chose de mastoc et de bien compliqué. Sans doute ces gros défauts ne font pas de la machine américaine une chose à redouter en territoire français. Mais, pour vivre le constructeur d'automobiles français est obligé de rechercher des mar-

chés étrangers: la France achète si peu de voitures. Le jour où les industriels français n'auraient que la patrie pour écouler leurs produits, qu'arriverait-il? Nous le savons, hélas! Il est donc de toute nécessité que la France trouve des débouchés dans les diverses parties du monde: en ce moment, si les statistiques sont justes, la France vend 45% de sa production en Grande-Bretagne.

Cela est très beau: mais la libre échangiste Angleterre de 1914 ne deviendra-t-elle pas protectionniste? Il n'est pas un homme au monde qui puisse dire ce que la politique économique anglaise sera demain: tant de choses, peu connues de la masse des Français, influent sur la politique britannique. Pour arriver à ce tour de force extraordinaire de ne pas voir se dissoudre ce gigantesque empire, l'Angleterre doit faire bien des concessions et écouter de plus en plus les coloniaux. Ceux-ci sont loin de former une famille respectueuse et soumise... Avec son régime économique actuel, la Grande-Bretagne ne peut rien offrir aux coloniaux. Pour plaire à ceux-ci, ne sera-t-elle pas amenée à redevenir protectionniste? Protectionniste bien entendu vis-à-vis des puissances étrangères, mais libre-échangiste avec les colonies. On me répondra dédaigneusement que certaines usines françaises ont prévu cela et ont acheté depuis plusieurs années des terrains en Angleterres. En six mois, une belle usine pourrait être bâtie. Fort bien! Cela fera l'affaire de telle marque et de ses actionnaires, mais j'avoue ne pas voir comment cette solution aidera le gros de l'industrie française. (1).

Il me semble, au contraire, qu'un changement de politique économique de la Grande-Bretagne aurait de mauvais résultats pour l'industrie automobile française, puisqu'il amènerait en effet une augmentation d'échanges entre la Grande-Bretagne et ses colonies, où nous faisons déjà des affaires; nous perdrions forcément quelques clients dans ces pays au moment même où le marché britannique deviendrait bien plus difficile pour nous.

Si une telle chose arrive, les industriels français ne regretteront-ils pas de ne pas s'être assuré des débouchés réellement sûrs dans les différentes partis du monde? Ne se diront-ils pas, un peu tard: *"Tu sus construire, Annibal..."*

---

(1).—Lire à ce sujet la très intéressante discussion de "The Motor Trade Debating Society" dans "The Motor Trader", March 13-1913-p. 825.

Le déjeuner pendant une excursion en hiver. — Quatre hommes d'affaires bien connus des Montréalais.

Table des Matières

Introduction 5
To my English speaking friends 7
Importance du marché canadien 9
Histoire de l'Échec 12

Machines non adaptées au Canada 13
Retards dans les livraisons 15
Les machines ne sont pas mises au point 16
Le manque de pièces de rechange 18
Les réparations 19
L'éclairage électrique.—Le démarreur automatique 21
Les maisons françaises font une réclame insuffisante 22
Raisons de construction 25

Insuffisance de l'effort français 29
Les maisons américaines et anglaises gagnent du terrain 35
Devons-nous tenter un effort sérieux 41
Construire au Canada 45
Moyens à employer 51
Conclusion 59

MONTRÉAL
La Compagnie Marchand Frères, Limitée
56, Rue Amherst

Librairie ROBERT DUVAL

Rue de Seine, 74, PARIS (VIe)

LA PENSÉE DE FRANCE

Revue de la Langue et de la Littérature francaises hors de France

Paraissant tous les deux mois

Directeur : CHARLES-LÉON BERNARDIN

La Pensée de France publie des articles sur la littérature française dans les pays étrangers de langue française; elle donne surtout des pages inédites des meilleurs écrivains français de l'Alsace et de la Lorraine annexée, de la Belgique, du Luxembourg, de la Suisse romande, des Iles Anglo-Normandes, de la Vallée d'Aoste, des Vallées Vaudoises du Piémont, de l'Orient, de la Roumanie, de l'Egypte, de l'Ile Maurice, du Canada, de l'Acadie, de la Louisiane, d'Haïti, des Antilles anglaises, etc.

La Pensée de France signalera tous les ouvrages qu'on lui adressera, publiés en langue française hors de France ou en France, par des étrangers.

Il sera fait un compte rendu de tout ouvrage envoyé en double exemplaire à la Direction.

Un Numéro: 1 fr.—Abonnement: Un An, 5 fr.

M.H.9.65

HD
9710
F82J8

Jullien-Chatel, P
Un échec commercial de
la France au Canada

PLEASE DO NOT REMOVE
CARDS OR SLIPS FROM THIS POCKET

UNIVERSITY OF TORONTO LIBRARY